



**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**

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD DE TITULACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TÍTULO**

**STORYDOING Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO DE LA  
GENERACIÓN Z EN INSTAGRAM, 2026**

**AUTOR (A):**

**REYES VEGA ALLAN SEBASTIAN.**

**TUTOR (A):**

**Mgr. XAVIER ECHEVERRRIA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2026**



**Santa Elena, 29 de abril de 2026**

## **CERTIFICADO DE TUTORÍA**

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título Storydoing Y Producción De Contenido Informativo De La Generación Z En Instagram, 2026 de autoría del estudiante Reyes Vega Allan Sebastian, previo a la obtención del título de Licenciado 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.

---

**Mgtr. Echeverria Maggi David Xavier**



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Reyes Vega Allan Sebastian, portador(a) de la cédula de identidad N.º2450538570, estudiante de la carrera de comunicación, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: “STORYDOING Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO DE LA GENERACIÓN Z EN INSTAGRAM, 2026” 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:

Cédula de Identidad: 2450538570

Fecha: 29 de abril 2026

Correo electrónico: [allanreyesvega8570@upse.edu.ec](mailto:allanreyesvega8570@upse.edu.ec)

Teléfono: 09935717

96

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



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



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



**Mgtr. Xavier Echeverría-Maggi**  
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



ALLAN SEBASTIAN REYES VEGA  
**ESTUDIANTE**



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

# DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de mi vida académica, comprendo que una meta tan importante como esta nunca se alcanza en solitario. Detrás de cada página escrita, de cada noche de desvelo, cada momento de incertidumbre, siempre hubo personas que, de una u otra forma, caminaron conmigo. Agradeciendo profundamente a mi padre, Franklin Reyes, por su esfuerzo, ejemplo, apoyo incondicional. Gracias por enseñarme que el trabajo constante, la perseverancia son el camino para alcanzar cualquier objetivo. Su confianza en mí ha sido una de las razones por las que nunca dejé de avanzar, incluso cuando el camino parecía demasiado difícil.

A Genesis Samantha Rosado Rivera, gracias por ser mi compañera durante este proceso, por escúchame cuando las ideas no fluían, por celebrar cada pequeño avance, por recordarme que siempre existe un motivo para seguir adelante. Tu cariño, paciencia, las ganas de matarme y sobre todo tu apoyo fueron fuerzas silenciosas que me impulsaron en los momentos en que más lo necesité.

También quiero agradecer a Doger, mi fiel compañero de cuatro patas me hizo compañía durante largas jornadas de estudio en los días de mayor estrés, su sola presencia bastó para regalarme tranquilidad recordándome la importancia de hacer una pausa antes de continuar.

Existe una idea que siempre me ha inspirado: ningún logro pertenece únicamente a quien aparece al final del camino. Detrás de cada éxito hay personas que brindaron apoyo, confianza, oportunidades para crecer. Hoy entiendo que este trabajo representa a todos aquellos que creyeron en mí cuando yo mismo tenía dudas.

Durante este proceso hubo momentos en los que pensé que no sería capaz de terminar, recordé una palabra que simboliza la perseverancia: “Gambare”, seguir adelante aun cuando el cansancio, el miedo a las dificultades parecen más grandes que uno mismo, filosofía que me acompañó en cada obstáculo, recordándome que rendirse nunca fue una opción

¡Ve más allá! ¡Plus Ultra!

## Agradecimientos.

Quiero expresar mi gratitud a mis docentes y a todas las personas que compartieron conocimientos, consejos, oportunidades de aprendizajes como Gabriel Carrera, Marlon Ramírez, María Isabel Posligua, cada uno dejó una huella que trascenderá más allá de las aulas contribuyendo a mi formación profesional como personal.

De manera especial, deseo expresar mi gratitud a la docente Martha Sntaxi. Aunque hoy ya no forma parte de esta institución, su apoyo, orientación, confianza fueron fundamentales en distintos momentos de mi vida universitaria. Sus enseñanzas y su calidad humana marcaron una diferencia que siempre recordaré.

Agradeciendo a mi docente Mgtr. Xavier Echeverría, quien desempeñó el rol de tutor de este trabajo de investigación. Gracias por su acompañamiento, disposición con su orientación durante el desarrollo de este proyecto, así como por sus observaciones y recomendaciones, que fueron esenciales para alcanzar este resultado.

Finalmente, agradezco al departamento de Dicom que, aunque ya no existe agradezco por cada oportunidad de participar contribuyeron a fortalecer mis conocimientos para desarrollar nuevas habilidades para crecer tanto en el ámbito profesional como el personal.

# STORYDOING Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO DE LA GENERACIÓN Z EN INSTAGRAM, 2026

Allan Sebastian Reyes Vega.

Código orcid: 0009-0007-5481-624X

## Resumen.

El presente estudio analiza cómo se manifiestan las estrategias de storydoing en la producción de contenido informativo digital dirigido a la generación z en Instagram durante 2026. La investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo descriptivo, diseño no experimental, observación sistemática de contenidos publicados por Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador y La Posta, entre el 24 y el 31 de mayo de 2026. Se aplicó una ficha de observación a 400 publicaciones informativas distribuidas en imágenes con pie de foto, reels, carruseles, valorando dimensiones de storydoing y producción informativa digital. Los resultados evidenciaron un cumplimiento general alto de dimensiones, teniendo mejor desempeño en carruseles y reels, formatos que permiten organizar secuencias, mostrar acciones, integrar evidencias visuales y facilitar la comprensión. Las imágenes con pie de foto cumplieron una función informativa directa, aunque con menor profundidad narrativa e interacción. La entrevista al especialista permitió contextualizar la relación con la generación z, especialmente en torno al consumo breve, visual y dinámico concluyendo en que el storydoing fortalece la producción informativa en Instagram, cuando transforma el dato en experiencias visual, verificable comprensible, sin afirmar causalidad directa sobre las interacciones visibles.

Palabras clave: storydoing; contenido informativo digital; generación z; Instagram; ficha de observación

# STORYDOING AND INFORMATIVE CONTENT PRODUCTION FOR GENERATION Z ON INSTAGRAM, 2026

## Abstract

This study analyzes how storydoing strategies are manifested in the production digital informational content aimed at generation z on Instagram during 2026. The research followed a descriptive quantitative approach, a non-experimental design, and systematic observation of content published by Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador and La Posta between May 24 and May 31, 2026. An observation sheet was applied to 400 information posts distributed across image captions, reels, and carousels, assessing dimensions of storydoing and digital informational production. The findings showed an overall high level of compliance, with stronger performance in carousels and reels, formats that made it possible to organize sequences, show actions, integrate visual evidence, and facilitate understanding. Image captions fulfilled a direct informational role, although with less narrative depth and interaction. The expert interview helped contextualize the relationship with generation z, especially regarding brief, visual, and dynamic consumption habits. It is concluded that storydoing strengthens informational production on Instagram when it transforms data into a visual, verifiable, and understandable experience, without claiming direct causality over visible interactions.

**Keywords:** Storydoing; digital informational content; generation z; Instagram; observation sheet

## ÍNDICE DE CONTENIDOS.

|                                                                        |                                      |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| II. CERTIFICADO DE TUTORÍA .....                                       | 2                                    |
| III. DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                                      | 3                                    |
| IIII. DEDICATORIA .....                                                | 5                                    |
| V. Agradecimientos.....                                                | 6                                    |
| VI. Resumen.....                                                       | 7                                    |
| VII. Abstract .....                                                    | 8                                    |
| IX. TABLAS.....                                                        | 12                                   |
| X. FIGURAS. ....                                                       | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| 1. INTRODUCCIÓN .....                                                  | 1                                    |
| 2. MARCO TEÓRICO.....                                                  | 3                                    |
| 2.1 CONOCIMIENTO ACTUAL.....                                           | 4                                    |
| 2.2 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE STORYDOING .....                          | 9                                    |
| 2.3 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO ..... | 12                                   |
| 2.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL .....                          | 15                                   |
| 2.5 TEORÍAS DE SUSTENTO.....                                           | 17                                   |
| 2.5.1 TEORÍA DE LA CULTURA PARTICIPATIVA .....                         | 17                                   |
| 2.5.2 TEORÍA DE LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA .....                    | 17                                   |
| 2.5.3 TEORÍA DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA .....                          | 18                                   |
| 2.5.4 TEORÍA DEL APRENDIZAJE MULTIMEDIA .....                          | 18                                   |
| 2.5.5 TEORÍA DE LA RIQUEZA DE MEDIOS.....                              | 19                                   |
| 2.6 MODELOS DE COMUNICACIÓN .....                                      | 19                                   |
| 2.6.1 MODELO DE COMPORTAMIENTO PERSUASIVO .....                        | 19                                   |
| 2.6.2 MODELO DE ÉXITO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN .....                 | 20                                   |
| 2.7 TIPOS DE CONTENIDO INFORMATIVO Y UNIDADES DE ANÁLISIS.....         | 20                                   |
| 2.8 DIMENSIONES E INDICADORES.....                                     | 21                                   |
| 2.9 CONCEPTOS DE LAS DIMENSIONES DE STORYDOING .....                   | 21                                   |
| 2.9.1 NARRATIVA VISUAL PARTICIPATIVA .....                             | 21                                   |
| 2.9.2 ACCIONES VERIFICABLES.....                                       | 21                                   |
| 2.9.3 PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA .....                              | 22                                   |
| 2.9.4 ENGAGEMENT MEDIANTE VALOR PERCIBIDO .....                        | 22                                   |
| 2.9.5 PROPÓSITO SOCIAL .....                                           | 23                                   |
| 2.9.6 ACCIÓN DEMOSTRADA Y NO PASIVIDAD .....                           | 23                                   |
| 2.9.7 DESAFÍO EXPLÍCITO O PROBLEMA QUE ORGANIZA EL MENSAJE. ....       | 24                                   |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.9.8 SIMBOLOGÍA PROPIA .....                                            | 24  |
| 2.9.9 ATENCIÓN COMPLETA.....                                             | 25  |
| 2.9.10 MEMORABILIDAD .....                                               | 25  |
| 2.10 CONCEPTOS DE LAS DIMENSIONES DE CONTENIDO INFORMATIVO DIGITAL ..... | 26  |
| 2.10.1 CLARIDAD Y COMPENSIBILIDAD .....                                  | 26  |
| 2.10.2 FORMATO MULTIMEDIA .....                                          | 26  |
| 2.10.3 VERACIDAD O EXACTITUD PERCIBIDA .....                             | 26  |
| 2.10.4 REVELACIÓN Y UTILIDAD PERSONAL.....                               | 27  |
| 2.10.5 ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN .....                                   | 27  |
| 2.10.6 NEUTRALIDAD O AUSENCIA DE SESGO .....                             | 28  |
| 2.11. MODELO DEL MARCO TEÓRICO .....                                     | 36  |
| 2.12 CIERRE.....                                                         | 40  |
| 3. METODOLOGIA.....                                                      | 41  |
| 3.1 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN .....                                     | 41  |
| 3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO .....                                           | 42  |
| 3.4 TIPO Y ALCANCE DE INVESTIGACIÓN .....                                | 45  |
| 3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....                                        | 45  |
| 3.6 MÉTODO DE ANÁLISIS .....                                             | 46  |
| 3.7 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....                          | 48  |
| 3.8 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....                                  | 50  |
| 3.9 POBLACIÓN .....                                                      | 52  |
| 3.10 MUESTRA .....                                                       | 52  |
| 4. RESULTADOS .....                                                      | 57  |
| 4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO.....                                           | 57  |
| 4.2 ANÁLISIS GENERAL PARA ENTENDIMIENTO DE LOS RESULTADOS .....          | 76  |
| 5. DISCUSIONES .....                                                     | 89  |
| 5.1 DISCUSIÓN DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN .....                           | 89  |
| 5.2 DISCUSIÓN DE LA ENTREVISTA AL EXPERTO .....                          | 91  |
| 5.3 DISCUSIÓN INTEGRADA DE LOS RESULTADOS .....                          | 91  |
| 6. CONCLUSIÓN .....                                                      | 92  |
| 7. RECOMENDACIONES .....                                                 | 94  |
| 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                                      | 95  |
| 9. Anexos .....                                                          | 103 |
| 9.1 Árbol de problema. ....                                              | 103 |
| 9.2 Matriz de validación de instrumentos. ....                           | 104 |
| Matriz de Validación de Instrumento por Juicio de Expertos .....         | 106 |

|             |                                                                  |     |
|-------------|------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>II.</b>  | Datos del instrumento .....                                      | 106 |
| <b>III.</b> | Escala de valoración .....                                       | 106 |
| <b>IV.</b>  | Criterios de evaluación .....                                    | 106 |
| <b>V.</b>   | Tabla de validación de ítems .....                               | 107 |
| <b>VI.</b>  | Evaluación global .....                                          | 107 |
| <b>VII.</b> | Recomendación final del experto.....                             | 108 |
|             | Echeverria Maggi David Xavier. ....                              | 109 |
|             | Matriz de Validación de Instrumento por Juicio de Expertos ..... | 119 |
| <b>II.</b>  | Datos del instrumento .....                                      | 119 |
| <b>III.</b> | Escala de valoración .....                                       | 119 |
| <b>IV.</b>  | Criterios de evaluación .....                                    | 119 |
| <b>V.</b>   | Tabla de validación de ítems .....                               | 120 |
| <b>VI.</b>  | Evaluación global .....                                          | 120 |
| <b>VII.</b> | Recomendación final del experto.....                             | 120 |
|             | Anexos Tutorías. ....                                            | 316 |
|             | Archivo fotográfico de entrevista. ....                          | 318 |

## TABLAS.

|                                                                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1. Dimensión storydoing. Operativa e Indicadores observables .....                                                                                       | 29  |
| Tabla 2. Dimensión contenido informativo digital. Operativa e Indicadores observables .....                                                                    | 32  |
| Tabla 3. Componentes del proceso y descripción analítica del caso .....                                                                                        | 37  |
| Tabla 4. Definición de términos operativos .....                                                                                                               | 38  |
| Tabla 5. Escala de valoración para las fichas de observación .....                                                                                             | 44  |
| Tabla 6. En las fichas de observación, cada indicador se evalúa con una escala de 1 a 5, donde: .....                                                          | 46  |
| Tabla 7. Tomemos el caso de Ecuavisa noticias en el formato imágenes para entender el cálculo: .....                                                           | 47  |
| Tabla 8. Técnica e instrumento previstos .....                                                                                                                 | 49  |
| Tabla 9. Instrumentos de investigación. ....                                                                                                                   | 51  |
| Tabla 10. Criterios de selección de las cuentas consideradas en el estudio .....                                                                               | 53  |
| Tabla 11. Distribución del corpus específico por formato mediante cuantas seleccionadas .....                                                                  | 54  |
| Tabla 12. Muestra y corpus digital previsto .....                                                                                                              | 55  |
| Tabla 13. Procedimiento .....                                                                                                                                  | 56  |
| Tabla 14. Manifestaciones del storydoing y la producción de contenido informativo digital por formato .....                                                    | 58  |
| Tabla 15. Para un mayor entendimiento de manera simplificada y síntesis se presenta una de resumen .....                                                       | 63  |
| Tabla 16. Estrategias principales identificadas y forma de aplicación en la producción de contenido informativo .....                                          | 66  |
| Tabla 17. Características de producción informativa digital por formato .....                                                                                  | 70  |
| Tabla 18. Entrevista a experto- WINSTON RUDY ROSALES FIGUEROA Diario Super .....                                                                               | 72  |
| Tabla 19. Esta tabla final consolida resultados de los tres formatos para ofrecer una visión general del desempeño comunicativo de los medios analizados ..... | 77  |
| Tabla 20. Matriz general completa: síntesis global .....                                                                                                       | 78  |
| Tabla 21. Matriz de Imágenes .....                                                                                                                             | 81  |
| Tabla 22. Matriz de reels (video) .....                                                                                                                        | 83  |
| Tabla 23. Matriz de carrusel .....                                                                                                                             | 86  |
| Tabla 24. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO IMÁGENES .....                                                                                                          | 125 |
| Tabla 25. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS. ....                                                                                                          | 125 |
| Tabla 26. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA .....                                                                                                                     | 169 |
| Tabla 27. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA .....                                                                                                                  | 176 |
| Tabla 28. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO REELS .....                                                                                                             | 239 |

|                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 29. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS .....</b>                                        | <b>239</b> |
| <b>Tabla 30. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA.....</b>                                                    | <b>258</b> |
| <b>Tabla 31. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA. ....</b>                                                | <b>261</b> |
| <b>Tabla 32. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO CARRUSEL .....</b>                                        | <b>298</b> |
| <b>Tabla 33. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS .....</b>                                        | <b>298</b> |
| <b>Tabla 34. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA.....</b>                                                    | <b>306</b> |
| <b>Tabla 35. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA .....</b>                                                | <b>310</b> |
| <b>Tabla 36. Tabla Matriz general de síntesis comparativa por formato de publicación.<br/>.....</b> | <b>314</b> |

# 1. INTRODUCCIÓN

La circulación de información en redes sociales ha modificado las formas tradicionales de producción y consumo de contenidos en el escenario digital actual, donde las audiencias no se relacionan con la información únicamente como receptoras pasivas, sino de usuarios que observan, interpretan, comentan, guardan, comparten, resignifican los mensajes dentro de plataformas de alta velocidad visual. Formando parte de este proceso, Instagram combina imagen, video breve, texto, audio, diseño gráfico e interacción en un mismo entorno comunicacional, esta condición la convierte en un espacio relevante para estudiar cómo los medios con cuentas informativas producen mensajes dirigidos a públicos jóvenes, especialmente a la generación z, grupo socializado en dinámicas móviles, audiovisuales, inmediatez participativa.

A escala internacional, el consumo informativo se ha desplazado hacia redes sociales, plataformas de video e intermediarios digitales, lo que reduce la centralidad del periodismo tradicional obligada a revisar cómo se construye la información en entornos visuales. Newman et al. (2025) indicaba que esta transformación también se relaciona con la cultura participativa, donde los usuarios dejan de ocupar roles separados como productores o consumidores para intervenir en la circulación del contenido mediante nuevas reglas de interacción. Jenkins (2006) decía que en el contexto del storydoing se adquiere relevancia, porque permite comprender la comunicación, desde lo que se muestra, se demuestra en la información que a su vez se va transformando en experiencias observables para la audiencia.

El storydoing ha sido abordado principalmente desde la publicidad con la comunicación estratégica. Rodríguez y Pernias (2022) lo vinculan con la cocreación del relato en Instagram, debido a que los usuarios pueden ampliar una narrativa mediante sus propias acciones digitales. Sarasqueta (2021) mencionaba que en casos de escenarios la saturación informativa hacía que las audiencias demanden por los hechos antes que exposición, trasladando el campo informativo en enfoque que permita si una publicación se limita a anunciar un dato o si logra mostrar acciones, procesos, fuentes, consecuencias, ejemplos, recursos visuales que sostengan la comprensión de los mensajes por parte de las publicaciones de las cuentas.

La producción de contenido informativo digital se relaciona con la forma en que los mensajes se seleccionan, organizan, presentan, difunden dentro de plataformas tecnológicas donde los estudios sobre ciberperiodismo han señalado que la multimedialidad, la interactividad, la

hipertextualidad, la convergencia transforman las prácticas informativas. Masíp et al (2010) decía que la claridad de la información exige criterios como precisión, relevancia, consistencia, utilidad, claridad y actualidad. DeLone y McLean (2003) nos entendían que producir información es Instagram no significa solamente publicar piezas atractivas.

En América latina, la generación z ha sido caracterizada como audiencia que privilegia lenguajes visuales, mensajes corte, inmediatez donde plataformas como Instagram Martínez Estrella et al. (2023) en Ecuador, Zambrano y Utreras (2024) señalan que el lenguaje de esta generación en Instagram se ha modificado mediante códigos visuales, emoticones e íconos, lo que confirma que la comunicación juvenil no puede analizarse únicamente desde texto escrito. En contexto ecuatoriano presenta una presencia significativa de usuarios en redes sociales donde la audiencia considerable en Instagram, lo que refuerza la pertinencia de observar cómo las cuentas nacionales producen información para públicos jóvenes. Kemp y NapoleonCat (2026).

A pesar de estos avances, el problema de investigación surge de una tensión concreta que parte de los estudios sobre storydoing lo ubican en el ámbito publicitario como lo describía. Rodríguez y Pernias (2022), mientras que los trabajos sobre contenido informativo digital suelen concentrarse en consumo, engament, lenguaje o hábitos de uso según Sarasqueta (2021). Todavía resulta limitado que se articule en ambas variables para observar cómo el storydoing opera en publicaciones informativas de Instagram dirigidas a la generación z, especialmente desde un contexto ecuatoriano donde la ausencia genera un vacío teórico, metodológico, territorial, porque no basta con saber que los jóvenes usan Instagram, donde es necesario examinar cómo los medios convierten la información en experiencias visuales, de que formatos permiten demostrar mejor los hechos qué limitaciones aparecen cuando la interacción visible no permite identificar la edad real de quienes participan.

El problema se centra en publicaciones informativas que pueden alcanzar visibilidad, pero no necesariamente garantizar claridad, veracidad, relevancia, accesibilidad ni participación significativa. Un reel, una imagen o carrusel pueden captar atención, quedándose en una difusión unidireccional si no presentan fuentes, secuencia, evidencia, cierre informativo o llamados a la acción. La comunicación digital los medios podrían tratar Instagram como simple canal de reproducción de mensajes contextualizando con audiencias jóvenes. Por ello, esta investigación se pregunta ¿cómo se manifiestan las estrategias de storydoing en la producción de contenidos informativos digitales dirigido a la generación z en Instagram durante 2026?

Para alcanzar este propósito, se plantean tres objetivos específicos: identificar las principales estrategias de Storydoing aplicadas en la producción de contenido informativo digital en Instagram; analizar las relaciones entre dichas estrategias y las dinámicas visibles de interacción expresadas en likes, comentarios, compartidos; y describir las características de la producción de contenido digital considerando claridad, veracidad, relevancia, accesibilidad. Desarrollando una perspectiva descriptiva, no experimental, observacional, mediante una ficha de valoración aplicada a publicaciones informativas.

Justificando el storydoing desde el campo publicitario hacia la producción de contenido informativo digital, donde dimensiones observables para estudiar publicaciones en Instagram radicara en la importancia social que la generación Z se informa en entornos donde conviven datos, entretenimiento, opinión, desinformación, recursos visuales, por lo que resulta necesario fortalecer contenidos claros, verificables y útiles.

## 2. MARCO TEÓRICO

La red social Instagram dejó de operar únicamente como un espacio de entretenimiento visual consolidado como un entorno de circulación informativa, interacciones sociales, producción simbólica para públicos jóvenes en el caso de la generación Z, la plataforma adquiere relevancia porque combina imagen, video breves, texto, audio, comentario, reacción, posibilidad de réplica en un mismo ecosistema comunicacional.

Partiendo de la necesidad de comprender la transformación del modelo comunicacional tradicional centrado en la emisión lineal permitiendo comprender el por qué Instagram se ha convertido en un espacio relevante para estudiar contenidos informativos donde en esta plataforma no circula únicamente como dato publicado más bien como una experiencia visual que puede ser observada, comentada, compartida. Resultando pertinente como el storydoing permite explicar como la acción de demostrar un procedimiento, una situación real, una consecuencia, una fuente, evidencia de manera visual mientras va modificando la forma de producir contenido informativo.

El storydoing se asume como una estrategia que desplaza la comunicación desde la acción demostrando significando que en una publicación no solo afirma o contar un hecho sucedido en el entorno social, son las evidencias mediante el procesos o recursos visuales, fuentes, secuencias, experiencias que pueden ser observadas por las audiencias, siendo interesante la manera en que se analizan los contenidos informativos en Instagram, porque la plataforma

favorece formatos donde la información se explica, se muestra, se organiza visualmente para circular socialmente.

## 2.1 CONOCIMIENTO ACTUAL

El storydoing se muestran como concepto trabajado con mayores frecuencias desde la comunicación estratégica y marketing. Rodríguez y Pernias (2022) explicaban que en Instagram con el storydoing favorecen la cocreación del relato porque los usuarios no solo reciben el mensaje, también extienden mediante respuestas, publicaciones, comentario o reinterpretaciones asumido desde una lógica de marca como base para trasladar sus elementos como evidencias, experiencias al analizar contenidos informativos.

En el campo informativo. Newman et al. (2025) “El crecimiento auge del consumo a través de redes sociales y plataformas de vídeo está mermando aún más la influencia del periodismo tradicional e impulsando un entorno mediático alternativo fragmentado, con una gran variedad de podcasters, youtubers y Tiktokers”.

Tanto así que, desde esta perspectiva, la producción informativa digital no depende únicamente del tema publicado, depende de la forma en que el contenido organiza datos, evidencias, claridad, utilidad para la audiencia, obligando a estudiar cómo se presenta la información en Instagram: mediante titulares visuales, reels explicativo, carruseles, subtítulos, imágenes con texto, fuentes visibles, verificar o compartir.

Correlación con la generación Z, Zambrano y Trujillo (2024) “el lenguaje en la generación Z se ha modificado, del uso de palabras a emoticones e iconos como medio para enviar mensajes en la red social Instagram”.

Partiendo de este punto la generación z deja de ser influenciada, pasándose a convertir en productores de un nuevo lenguaje con contenido enfocados en comunicación, la publicidad correlacionada con el problema desde una audiencia joven que consume información en entornos visuales e interactivos en lo que se observan si las publicaciones informativas utilizan recursos de storydoing para explicar, demostrar orientar o facilitar la información.

Una primera tendencia consiste en reconocer que las audiencias jóvenes no se relacionan con el contenido informativo únicamente desde la recepción. Jenkins (2006) explica “la cultura participativa contrasta con posiciones más antiguas del espectador mediático pasivo. Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de

reglas”. Partiendo de este enfoque, el usuario deja de ser tratado como receptor pasivo pasando a ser considerado un actor que interviene en la vida pública del mensaje, haciendo que la utilidad para esta investigación radique en analizar mediante acciones visibles como reacciones, cometidos, guardados, compartidos, respuestas a encuestas o producción de contenido relacionado.

En esa misma Línea, Barbany (2015) afirma que el storydoing implica pasar de las palabras a la acción puesto la narrativa se construye a partir de las acciones reales desarrolladas por la organización, las cuales fortalecen la relación con su audiencia. Lo que contribuyendo en la manera en que el contenido informativo se organiza como experiencia visual, la audiencia puede incorporarse al proceso comunicacional mediante acciones que amplían el alcance del mensaje. Así, la producción informativa deja de depender solo del creador convirtiéndose en un circuito de interacción, especialmente cuando la publicación invita a comprobar, comentar, aplicar o replicar una explicación.

La tendencia participativa también se fortalece por el cambio en el consumo informativo. Salaverria (2019) mencionaba que los medios digitales deben adaptar sus contenidos a las lógicas de distribución e interacción de las plataformas sociales. Incorporando formatos visuales o audiovisuales que respondan a los nuevos hábitos de consumo de las audiencias. Pew Research Center (2025) señala “que las personas jóvenes tienen mayor probabilidad de consumir noticias de manera habitual en Tiktok, Instagram, Reddit y x”. Aunque estos datos pertenecen a contextos distintos, permiten identificar una pauta global. La información se encuentra en espacios diseñados para interacción, visibilidad algorítmica o circulación veloz. Por esa razón, estudiar Instagram exige atender tanto al contenido como a las condiciones de participación que la plataforma habilita.

En América Latina, Martínez Estrella et al. (2023) aportan “La comunicación dirigida hacia este público objetivo debe utilizar mensajes cortos, contundentes, empleando el característico lenguaje de los centennials donde los Z prefieren las redes sociales que, por naturaleza, priorizan la imagen, la inmediatez, como es el caso de Instagram y Tiktok”. Su contribución resulta útil porque permite comprender que la participación juvenil no se genera solo porque exista una red social, si bien porque ciertos contenidos activan interés mediante utilidad, claridad visual, relación con problemas cotidianos, posibilidad de respuesta con sentido de pertenencia digital. Por ese motivo el storydoing mejora la participación cuando convierte la información en una experiencia observable mostrando organización de un problema, ofrece una explicación

aplicable e invita al usuario a comentar, guardar, compartir o contrastar el mensaje por lo que de esta manera el interés no se reduce a aumentar interacciones a solo producir una comunicación informativa que pueda ser comprendida, valorado en circulación por la audiencia joven

En el contexto ecuatoriano, Marcías (2024) señala que la generación Z modifica su lenguaje en Instagram mediante códigos visuales, símbolos, emoticones, memes, recursos propios de la comunicación digital. Este aporte local permite comprender que el contenido informativo no puede limitarse al texto escrito, debido a que la plataforma integra recursos visuales, expresivos que inciden en la comprensión. Asimismo, Rendon et al. (2022) observaron que los estudiantes universitarios utilizan Tiktok como herramienta de aprendizaje mostraron mayor motivación, dedicación hacia los contenidos académicos. Lo cual refuerza la pertinencia de observar contenidos educativos, prácticos, demostrativos dentro de Instagram.

Pero unas de la controversia central surgen entre engagement y calidad informativa al tener alto número de reacciones, comentarios o compartidos puede indicar circulación, pero no garantiza claridad, veracidad ni utilidad social. DeLone y McLean (2003) decían que esta tensión al proponer la calidad de la información como una dimensión evaluable desde criterios como precisión, relevancia, oportunidad, completitud, consistencia. Trasladado a Instagram ayuda a diferenciar entre contenido que solo atrae atención a información confiable. Por ello, esta investigación no interpreta la interacción como sinónimo automático de calidad, más bien como una señal que debe analizarse junto con claridad, evidencia, fuentes, pertinencia para la audiencia.

Otra contradicción aparece en la relación entre brevedad visual y profundidad informativa. Mayer (2002) explica que los usuarios comprenden mejor cuando la información verbal o visual se organiza de forma coherente, aunque también advierte que la sobrecarga puede afectar el procesamiento. Frece a condiciones favorables para explicar procesos mediante reels, carruseles, graficación, demostraciones; sin embargo, la simplificación excesiva puede convertir una explicación compleja en una idea incompleta donde la producción de contenido informativo para generación z debe equilibrar síntesis, precisión, apoyo visual justificando la inclusión de dimensiones como claridad, formato multimedia, veracidad, utilidad personal.

La tercera controversia se vincula con la autenticidad, Sarasqueta (2021) plantea que, en contextos saturados de información, la ciudadanía demanda acciones más que discursos. Fortaleciendo el storydoing para la audiencia joven que valoran contenidos que muestran

procesos, resultados, experiencias verificables, uso de recursos visuales, autenticidad sin evidencia suficiente. Al estudio debe observar si las publicaciones muestran fuentes, datos, procesos, demostraciones o elementos de transparencia que permiten distinguir entre acción comunicativa.

Los creadores de contenido informativo también resultan debatible a la hora de su ética. Unesco (2024) advierte que los creadores digitales se han convertido en voces importantes para difundir información, teniendo una parte significativa pues no muchos de estos verifican la información con exactitud. Al no deslegitimar a los creadores en sus prácticas, criterios, responsabilidades donde las publicaciones puede alcanzar rápida visibilidad teniendo que ser considerado la producción informativa que requiere un equilibrio entre lenguaje atractivo, comprobación de datos, responsabilidad comunicacional, es necesario la neutralidad de como las dimensiones se familiarizan con el contenido informativo digital.

También existe una tensión entre participación y manipulación algorítmica. Andrade et al. (2021) analizan la relación entre jóvenes, redes sociales, democratización del conocimiento e inequidad digital, lo cual permite entender que la participación en redes no se produce en condiciones iguales para todos. Aunque Instagram abre espacios para que jóvenes accedan, produzcan información, también puede reproducir diferencias de visibilidad, acceso, alfabetización mediática, haciendo sentido que el storydoing no debe ser interpretado solo como técnica de engagement, sino como estrategias que necesita condiciones de accesibilidad, inclusión, claridad para lograr una comunicación informativa pertinente.

Y vinculado a esto, el primer vacío identificado se ubica en la aplicación del storydoing fuera del campo publicitario Marcos y Fernández (2018) señalaban que el storydoing constituye una estrategia de construcción con gestión de marcas basada en la generación de experiencias, acciones con valor para la sociedad, destacando su uso principalmente en el ámbito del branding corporativo. Teniendo que considerar la capacidad del concepto para estudiar acciones comunicativas con propósito, pero todavía deja abierto el desafío de aplicarlo al contenido informativo aprovechando esa apertura, preguntando cómo las estrategias de storydoing pueden operar cuando el objetivo principal es producir información comprensible, verificable, útil para jóvenes en Instagram.

El segundo vacío corresponde al enfoque poblacional. La generación z suele ser descrita como audiencia digital, pero con frecuencia se la trata desde categorías generales de consumo. Maldonado Pérez (2024) aporta al observar la relevancia de influencers, ciudadanía informante

en el consumo de información juvenil; sin embargo, aún se requiere profundizar cómo los jóvenes participan en el contenido mediante prácticas específicas, esta investigación busca responder ese vacío al analizar la relación entre estrategias de storydoing e indicadores de producción informativa, tales como narrativas visuales, llamados a la acción, demostraciones, comentarios con continuidad narrativa.

El tercer vacío es territorial. Los antecedentes locales sobre Instagram y generación Z en Ecuador muestran avances en lenguaje digital, uso académico y hábitos de redes, pero todavía son limitadas las investigaciones que conectan storydoing con contenido informativo en cuentas informativas. Los datos de DataReportal (2026) muestran que Ecuador posee una alta presencia de identidades de usuarios en redes sociales, mientras que NapoleonCat (2026) registra una audiencia considerable de Instagram en el país de 7 577 700 usuarios. Estos datos en contexto aportan al describir uso de redes orientada a cómo la audiencia joven participa en ella, aunque no se encuentra una manera de especificar la población de la generación Z.

Existiendo un vacío metodológico donde muchos estudios se concentran en métricas visibles de interacción, pero una investigación sobre storydoing necesita combinar lectura de contenidos, análisis de formatos, observación de interacciones, criterios de calidad informativa. Por esa razón, se proponen dimensiones que pueden traducirse en fichas de observación que permite registrar elementos visibles de las publicaciones, encuesta tipo Likert permitirá conocer las percepciones de claridad, autenticidad, utilidad.

El cierre de los antecedentes permite formular una conclusión integradora: el campo ha demostrado que Instagram funciona como entorno de participación, consumo informativo juvenil, que el storydoing transforma relatos en acciones, que la calidad informativa requiere criterios más amplios que el engagement. Sin embargo, falta explicar cómo estas dimensiones se articulan en contenidos educativos y divulgativos dirigidos a la generación Z, particularmente desde una mirada situada en Ecuador. Esta investigación se justifica porque vincula una estrategia comunicacional emergente con un problema actual de producción, circulación, evaluación de información en redes sociales.

## 2.2 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE STORYDOING

Según Rodríguez y Lázaro (2023) Como modelo en publicidad prospectivas en términos de justicia social con sostenibilidad medioambiental con necesidades de responder a una sociedad. Esta definición resulta útil porque desplaza la comunicación desde el discurso hacia la experiencia aplicándola a Instagram, permitiendo observar publicaciones que muestran procesos, demostraciones, retos, experimentos, prácticas o acciones que convierten una explicación en experiencia visible para la audiencia. Entendiendo que el storydoing se estructura como modelo comunicacional que exige coherencia entre mensajes, acción y evidencia.

Entendiendo que la comunicación deja de depender solo de promesa discursiva pasando a sostenerse en aquello que puede observarse como acciones donde su utilidad con Instagram se relaciona con la posibilidad de identificar si una publicación muestra un procedimiento, una evidencia, una situación real, una práctica comunicativa que haga visible el sentido del mensaje en la manera en que se aplica al contenido informativo.

El enfoque ayuda a reconocer que la acción no se limita a presencia de movimiento o dinámica visual, pero que implica coherencia entre lo que la cuenta afirma, lo que muestra y la forma en que orienta la interpretación del usuario. De esta manera un reel, una imagen o un carrusel pueden considerarse expresiones de storydoing cuando convierten la información en una experiencia comprensible, verificable, articulando la historia, evidenciando, participando dentro del entorno digital.

Sarasqueta (2021) la saturación informativa impulsa el paso del storytelling al storydoing, debido a que las audiencias exigen hechos antes que discursos. Punto clave porque Instagram es un espacio de alta competencia de atencional, donde la información compite con entretenimiento, publicidad, opiniones que el contenido informativo logra mayor credibilidad cuando muestra lo que afirma: una fuente, un procedimiento, una demostración, una comparación, una consecuencia, una experiencia aplicable, vinculando el storydoing con autenticidad o verificabilidad.

La exigencia de hechos frente a discursos adquiere especial relevancia en redes sociales porque la abundancia de publicaciones obliga a las audiencias a seleccionar rápidamente qué contenidos consideran confiables, útiles o dignos de atención, ofreciendo al storydoing como una vía para fortalecer la credibilidad del contenido informativo que permitan observar su origen, su aplicación o su consecuencia dentro de una situación comunicativa concreta.

Convirtiendo la autenticidad percibida en una dimensión clave del análisis debido a que la generación Z suele interactuar con contenidos que mezclan información, entretenimiento, opinión, promoción en un mismo flujo visual cuando una publicación incorpora fuentes visibles, explicaciones claras, procedimientos demostrados o ejemplos aplicables en información distanciando la simple apariencia atractiva a una práctica comunicativa más responsable en la que la forma visual contribuye a sostener la confianza del mensaje.

Rodríguez y Pernias (2022) el storydoing en Instagram como modelo de cocreación del relato entre usuarios. Ampliando la dimensión participativa propia de la plataforma quedando cerrado en la publicación original prolongando comentarios, respuestas, etiquetas, compartidos, remixes, guardados, producciones derivadas. Cómo la generación Z participa en la producción de contenido informativo, ya sea al interactuar con el mensaje, formular preguntas, pedir nuevos temas, contrastar información o replicar la experiencia mostrada.

Hablando de la cocreación del relato en Instagram permite profundizar la relación entre storydoing y participación, porque el contenido no concluye al momento de ser publicado; continúa en las acciones que la audiencia realiza alrededor de él por medio de los comentarios, preguntas, respuestas, compartidos o guardados que no deben leerse solo como métricas de popularidad cual en verdad son señales de circulación del sentido, especialmente cuando los usuarios amplían la información solicitando aclaraciones o relacionan el contenido con experiencias propias.

Partiendo de este punto la participación de la generación Z puede analizarse como parte del proceso de producción informativa digital, puesto los jóvenes también intervienen en su visibilidad, interpretación, continuidad, donde el storydoing permite observar si una publicación está diseñada para quedar como mensaje cerrado o si abre posibilidades de interacciones mediante llamados a comentar, verificar, aplicar, compartir o construir nuevas lecturas a partir de la experiencia informativa presentada en la plataforma social.

Rodríguez Ríos y Lázaro Pernias (2023) nos dicen en los resultados que “Los resultados constan que el storydoing es un modelo de comunicación publicitario que favorece una mejora en la sociedad a través de la educación en valores que atañen a la familia”. Siendo oportuno porque el contenido informativo no solo busca, derechos, prevención, ciudadanía digital o responsabilidad social partiendo de esta perspectiva, el storydoing aporta al marco teórico observar si una publicación se orienta a provocar conciencia, aprendizaje, acción o discusión en torno a temas relevantes para jóvenes.

La relación entre storydoing con las causas sociales amplían el concepto más allá de campo publicitario, debido a que muchas publicaciones informativas buscan orientar decisiones, prevenir riesgos, explicar derechos, promover hábitos responsables o generar conciencia sobre problemas colectivos siendo así que el storydoing puede funcionar como una estrategia para vincular información con utilidad publicada cuando el contenido muestra una acción concreta o una consecuencia socialmente relevante.

Siendo el caso de Instagram, los temas de salud, ciudadanía, seguridad, educación o ambientales requieren formatos que ayuden a comprender, actuar al no solo mirar resultandos resultando pertinente porque esta dimensión da a entender que una publicación informativa adquiere valor cuando el storydoing transforma un dato en orientación práctica, cuando convierte una explicación en recomendación aplicable o cuando permite que la audiencia identifique cómo el mensaje se relaciona con su vida cotidiana mediante los problemas de su entorno.

En síntesis, el storydoing se define en este estudio como una estrategia comunicacional que transforma el relato informativo en experiencia visible, participativa, su análisis incluye la coherencia narrativa, la participación activa de la audiencia, la autenticidad percibida, los llamados a la acción, la continuidad del contenido evitando tratar al storydoing como una simple técnica publicitaria, pues lo ubica como una categoría útil para analizar la producción de contenido informativo en formatos digitales.

La variable storydoing como estrategia comunicacional convierte una narrativa en acción observable, mostrando experiencias mediante videos breves, secuencias visuales, carruseles transmisiones, historias interactivas, comentarios. En lugar de presentar la información como un discurso cerrado, el storydoing facilita que el público observe cómo se desarrolla una idea, no solo como audiencia, sino como parte del proceso de circulación del contenido.

La variable se relaciona con el objetivo de identificar estrategias comunicacionales presentes en contenidos informativos explicando un tema mediante una demostración, práctica, incorporación de preguntas o convoca a compartir una experiencia, desplegando rasgos de storydoing examinados desde dimensiones observables: narrativa visual participativa, participación activa del usuario, llamados a la acción, autenticidad percibida, continuidad narrativa permitiendo pasar de una definición abstracta a indicadores concretos para el análisis empírico de cada dimensión.

La utilidad de esta variable es doble permitiendo estudiar cómo se construye el vínculo entre contenido y audiencia con posibilidad en evaluar si la publicación informativa promueve

acciones comunicativas más allá de consumo visual. Siendo esta distinción resultar necesaria porque los jóvenes pueden reaccionar rápidamente ante estímulos visuales, pero el reto académico consiste en determinar si esas interacciones responden a comprensión, relevancia, autenticidad o simple entretenimiento siendo así que el storydoing se convierte en una categoría analítica para examinar participación con sentido.

## 2.3 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO

La producción de contenido informativo digital se entiende como el proceso de selección, distribución, reconstrucción, promoción, circulación y evaluación de mensajes orientados a informar dentro de plataformas tecnológicas. Para, Díaz (2008) y Salaverría (2019) permiten ubicar esta producción en la tradición del ciberperiodismo, caracterizado por hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y convergencia. Aunque Instagram no funciona como un medio periodístico tradicional, comparte rasgos de comunicación digital que transforman la manera de producir, consumir información a través de la fragmentación, combinación de formatos, interacción inmediata y circulación algorítmica.

Esta definición permite comprender que producir contenido informativo digital no significa únicamente publicar datos en una plataforma, es tomar decisiones comunicacionales sobre qué información se selecciona, cómo se organiza, qué formato se utiliza para que condiciones permiten que el mensaje sea comprendido por la acudiendo en Instagram, en las cuales estas decisiones adquieren mayor importancia porque la información compite con contenidos de entretenimiento, opiniones, divulgación, algoritmos visuales, por lo que la estructura del manejo debe facilitar una lectura rápida sin perder precisión ni responsabilidad informativa.

La producción de contenido informativo digital se analiza como una práctica comunicacional que articula lenguaje, formato, fuente, diseño visual e interacción haciendo que una publicación no sea considerada informativa solo por tratar un tema de actualidad o interés público al igual que se construye sentido mediante la claridad, organización, evidencia, utilidad el observar si las cuentas seleccionas producen contenidos que orientan, explican o ayudan a comprender un tema dentro de las dinámicas propias de Instagram.

El Astal y El Youssef (2025) la comunicación digital es proceso fuente utilizando canales interactivos para enviar mensajes codificados digitalmente, mediables, accesibles, con posibilidad de retroalimentación. Para Instagram el contenido participativo: se publica, se

comenta, se comparte, se guarda, se responde, se interpreta el tiempo real de modo que la producción informativo digital exige diseñar mensajes comprensibles, verificables, adoptados a la lógica de interacción del entorno donde circulan.

Las posibilidades de retroalimentación convierten a la comunicación digital en un proceso abierto donde el mensaje no termina cuando se publica, continúa mediante los comentarios, compartidos, guardados, respuestas, nuevas interpretaciones de los usuarios siendo así esta característica relevante para Instagram porque la audiencia puede intervenir en la circulación del contenido modificando su alcance, sentido o utilidad social de manera en que la producción información digital deba considerar las formas en que este puede ser respondido dentro de la plataforma.

El contenido informativo requiere adaptarse a una lógica interactiva sin sacrificar calidad, debiendo ser breve visualmente el mensaje debe conservar una idea central clara, una fuente reconocible, una secuencia comprensible, una intención comunicativa definida donde la información digital en Instagram exige equilibrio entre atractivo visual e integridad informativa, porque la interacción solo aporta valor académico cuando se relaciona con comprensión, verificación, utilidad o participación significativa de la audiencia.

Wittrock y Mayer (1989) (2008) sostienen que “la suposición del procesamiento activo: las personas se involucran activamente en el aprendizaje atendiendo a la información entrante relevante, organizado la información seleccionada en representaciones mentales coherentes e integrando las representaciones mentales con otro conocimiento”.

Este planteamiento ayuda a comprender por qué los reels explicativos, carruseles, infografías, subtítulos, demostraciones pueden facilitar la comprensión de contenido informativo, aún la utilidad de estos recursos depende de su organización; una publicación saturada, ambigua o visualmente atractiva sin estructura puede afectar la comprensión del contenido informativo digital que requiere claridad, jerarquía, secuencia, relación coherente entre texto, imagen y audio.

El aporte de Mayer profundiza la relación entre forma, comprensión debido a que los recursos multimedia como los elementos decorativos deben utilizarse de apoyos para procesar la información. En Instagram, un reel, una imagen o carrusel puede facilitar el aprendizaje cuando organiza el contenido por pasos, jerarquización de datos, relacionar texto e imagen, evitando la saturación visual por lo cual la claridad del contenido depende de la coherencia con la que estas se integran.

Analizando contenido dirigidos a la generación Z es fundamental porque dicha audiencia suele consumir información en pantallas pequeñas, con tiempos de atención fragmentados, contextos de desplazamiento rápido donde la producción de información digital debe estructurar mensajes que puedan entenderse de manera ágil, pero sin reducir la complejidad del tema hasta volverlo superficial, mediante este enfoque los formatos multimedia resultan adecuados cuando permiten sintetizar, ejemplificar, contextualizar la información, manteniendo relación lógica entre imagen, texto, audio, ritmo con el cierre comunicativo.

Wahg et al (2023) Los resultados que la Calidad de los datos tiene múltiples dimensiones, siendo la precisión, la completitud, la consistencia, la actualidad y la relevancia las dimensiones más importantes de la calidad de datos. Estos criterios permiten evaluar si una publicación informativa en Instagram ofrece datos confiables o si solo genera atención superficial, la calidad informativa se relaciona con la veracidad percibida, la utilidad personal, la neutralidad, la claridad del mensaje donde no se limita a crear contenido visualmente atractivo; implica construir mensajes responsables.

Los criterios de calidad informativa propuestos por Wang (2023), permiten distinguir entre una publicación que solo genera visibilidad o una publicación que realmente aporta información útil. En Instagram un alto nivel de interacción no garantiza que el contenido sea claro u tenga procesos confiables, por lo que resulta necesario observar si la publicación presenta datos contextualizados, fuentes reconocibles, coherencia entre imagen y texto, ausencia de exageración, relación directa con las necesidades informativas de la audiencia reduciendo el análisis a métricas de popularidad.

Sosteniendo la necesidad de valorar la producción informativa digital mediante dimensiones observables como claridad, formato, multimedia, veracidad percibida, accesibilidad y neutralidad en lo cual estas dimensiones permitirán evaluar si el contenido publicado por las cuentas seleccionadas cumplen una función informativa responsable dentro de Instagram así pues la calidad no se entienda solo como corrección técnica, organizar información comprensible, verificable, pertinente para la generación Z en un entorno de circulación rápida con alta competencia visual.

Por ende, la variable producción de contenido informativo digital se refiere a la manera en que se planifican, estructura, se difunden mensajes con finalidad informativa incorporan recursos como textos breves, video, audio, imágenes, subtítulos, gráficos, enlaces, hashtags, comentarios, encuestas, llamados a la acción comprendiendo si el contenido se adapta a las

características de la plataforma sin perder claridad, veracidad ni utilidad implicando decidir qué se comunica, con qué formato, para qué público con posibilidad de interacción.

La producción informativa en Instagram es relevante porque la generación Z se encuentra expuesta a contenidos híbridos que mezclan educación, entretenimiento, opinión, divulgación, publicidad, activismo diferenciando si es contenido informativo de contenido meramente promocional o recreativo. Mediante dimensiones como claridad y comprensibilidad, formato multimedia, veracidad percibida, relevancia personal, accesibilidad e inclusión, además de neutralidad o ausencia de sesgo permiten evaluar la calidad del contenido más allá de sus métricas visibles.

La relación entre ambas variables se expresa en el siguiente supuesto teórico: mientras el storydoing aporta estrategias de acción, experiencia, participación, la producción de contenido informativo digital aporta criterios de organización, claridad, comprensión del mensaje, ambas variables se articulan adecuadamente, Instagram pudiendo funcionar como un espacio donde la generación Z no solo consume información cuestionando, comprendiendo, convirtiendo experiencias comunicativas.

## 2.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL

La fundamentación teórica se construye a partir de dos variables centrales: storydoing es analizar cómo una narrativa se convierte en experiencia, acción verificable, participación de audiencia, la producción de contenido informativo digital donde examinar cómo se organiza, presenta, valida información en entornos digitales. Conectando las dos variables sabiendo que en Instagram no se limita a transmitir datos producir sentido mediante formatos audiovisuales, dinámicas interactivas, evidencia visual, recursos que faciliten la comprensión.

Producir significado dentro de Instagram implica comprender que la información no circula únicamente como dato aislada va como una experiencia comunicativa organizada para captar atención, orientar la interpretación generando relación con la audiencia donde el contenido informativo adquiere sentido cuando articula lo que se dice, la forma en que se presenta, la evidencia que lo respalda, la posibilidad de que el usuario lo relacione con una situación concreta de su vida cotidiana vinculando así el storydoing y producción de contenido informativo digital volviéndose relevante debido a que permite analizar si una publicación solo transmite información o si logra convertirla en una experiencia visual, comprensible verificable con participación para la generación Z.

Los formatos audiovisuales permiten que la información se adapte a las formas de consumo propias de Instagram, donde la imagen, el video, el audio, el movimiento, los subtítulos con los textos breves funcionen de manera integrada. En una publicación informativa el uso de los reels, fotografías con pie de imagen o carruseles no deben entenderse solo como una decisión estética más bien como una estrategia para ordenar datos, explicar procesos, mostrar ejemplos facilitando una lectura rápida del mensaje cuando estos formatos emplean coherencia, el contenido puede presentar una idea central con mayor claridad, sostener la atención del usuario transforme su o una experiencia abstracta en una representación visual más cercana a los hábitos comunicativos de la generación Z.

Las dinámicas interactivas son importantes porque convierten al usuario en parte del proceso comunicacional, la interacción puede expresarse mediante comentarios, preguntas, compartidos, guardados, respuestas, etiquetas o reacciones que amplían la circulación del contenido informativo de Instagram. Desde esta perspectiva el storydoing permite observar estas acciones si la publicación logra activar algún tipo de participación vinculada con la comprensión, la utilidad o la pertinencia del mensaje debe analizarse como una evidencia de que el contenido puede generar diálogo, aclaración, apropiación o circulación social de la información.

De esta manera la evidencia visual fortalece el carácter informativo de una publicación porque permite mostrar aquello que el contenido afirma en un entorno como Instagram, donde la conviven con información, opinión, entretenimiento, publicidad, desinformación, una imagen, un dato visible, una fuente, una captura, una comparación, un procedimiento o un resultado mostrado puede aportar credibilidad al mensaje. Relacionándose directamente con el storydoing, esta dimensión ya que no basta con declarar que una información es relevante o confiable que resulte ser necesario presentar elementos observables que permitan al usuario comprender, contrastar y valorar el contenido contribuyendo a la autenticidad percibida, a la veracidad, a la responsabilidad comunicacional de la publicación.

Los recursos que facilitan la comprensión permiten que el contenido informativo sea accesible, claro para una audiencia que consume información de manera rápida desde dispositivos móviles. Lo cual hace que en entre estos recursos se encuentren los títulos directos, la jerarquía visual, los subtítulos, el contraste adecuado, la secuencia lógica, los ejemplos, la síntesis, el lenguaje sencillo, la relación coherente entre imágenes, texto, audio. Sea que su función no consiste en simplificar excesivamente el contenido, sino en organizarlo para que pueda se

comprendido sin perder precisión con consecuencias en la producción de contenido informativo digital debe equilibrar brevemente, profundidad, atractivo visual, responsabilidad informativa, de modo que la generación Z pueda interpretar el mensaje de manera clara y útil.

## 2.5 TEORÍAS DE SUSTENTO

### 2.5.1 TEORÍA DE LA CULTURA PARTICIPATIVA

El storydoing como cultura participativa reacciona de manera cuantitativa; implica que el usuario interviene en el relato, propone nuevas preguntas, aporta experiencias, solicita más información o replica una práctica. Esta teoría se conecta con el objetivo de analizar cómo las estrategias de storydoing intervienen en la producción de contenido informativo orientado a jóvenes en Instagram.

Jenkins (2006) la cultura participativa dentro de la convergencia de medios, la inteligencia colectiva, el desplazamiento del poder comunicacional hacia usuarios que producen, circulan, reinterpretan contenidos. Sustenta por qué Instagram funciona como un entorno donde los jóvenes participan mediante acciones visibles como comentar, compartir, guardar, responder, etiquetar o producir contenido relacionado donde la generación Z no aparece únicamente como público de una cuenta; se configura como comunidad interpretativa que amplía o discute el sentido de la publicación.

### 2.5.2 TEORÍA DE LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA

Pine y Gilmore (1998) proponen que las experiencias pueden generar valor cuando involucran al usuario de manera significativa surgiendo de un enfoque desde el ámbito empresarial. Resultando útil para comprender por qué el contenido informativo en Instagram gene fuerza cuando deja de presentarse como dato aislado, transformándose en experiencia visual, práctica o demostrativa mostrando procesos a pasos, comparaciones, experimentos, situaciones aplicables fortaleciendo porque el usuario puede observar cómo se materializa la idea.

Sustentando la dimensión de autenticidad percibida, la estrategia de acciones verificables, una experiencia comunicativa gana credibilidad cuando muestra evidencias de lo que afirma: fuentes, resultados, procesos o consecuencias. En contenidos informativos, la experiencia puede consistir en explicar una receta científica, mostrar un procedimiento, comparar datos, demostrar un fenómeno, indicar cómo actuar ante una situación. Así, la economía de la experiencia se conecta con el storydoing porque ambas perspectivas conceden importancia a la acción vivida, observada o compartida.

### 2.5.3 TEORÍA DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA

La narrativa transmedia sustenta la dimensión continuidad narrativa donde una estrategia de storydoing puede fortalecerse cuando varias publicaciones desarrollan una misma línea temática, respondiendo preguntas de la audiencia, actualizan datos, muestran avances o conectan una explicación con nuevas acciones con continuidad favorece que la generación Z interpreta como parte de un proceso en vez de información fragmentada. Por tanto, el análisis debe registrar si las cuentas construyen secuencias, series, comparas, retos o rutas de aprendizaje dentro de Instagram.

Jenkins (2007) explica la narrativa transmedia como la dispersión sistemática de elementos de una historia a través de múltiples canales, donde cada medio aporta algo específico al conjunto. En Instagram, esta teoría permite comprender cómo una cuenta puede distribuir el contenido informativo reels, carruseles, historias, comentarios, lives, enlaces, publicaciones de seguimiento si bien la investigación se concentra en Instagram, la lógica transmedia ayuda a observar aun cuando una publicación forma parte de una continuidad narrativa o si aparece como pieza aislada sin relación con otros contenidos

### 2.5.4 TEORÍA DEL APRENDIZAJE MULTIMEDIA

Mayer (2024) sostiene que el buscar comprender cómo las personas aprenden a partir de palabras y graficación, mediante procesos de selección, organización e integración de la información; la comprensión depende no solo de incorporar múltiples recursos multimedia. Siendo esencial que el contenido informativo digital en Instagram, los formatos de la plataforma dependen de la combinación entre textos, imágenes, audios, movimiento, subtítulos, ritmo narrativo a lo cual la claridad no depende solo de utilizar varios; depende de que estos recursos se integren sin saturar al usuario.

Las dimensiones claridad, comprensibilidad son justificados con esta teoría porque el formato multimedia un reel puede ser informativo si presenta una idea central, secuencias lógicas, apoyos visuales, subtítulos legibles, ejemplos pertinentes. Un carrusel puede facilitar comprensión si organiza datos por pasos, utiliza jerarquía visual, evita acumulación innecesaria. En consecuencia, la teoría del aprendizaje multimedia permite evaluar si la forma contribuye al aprendizaje informal de la generación Z o si, por el contrario, convierte la información en un estímulo visual confuso.

### 2.5.5 TEORÍA DE LA RIQUEZA DE MEDIOS

La teoría permite sostener que la producción de contenido informativo debe escoger recursos en función del propósito comunicacional puesto no todos los temas requieren el mismo formato; algunos necesitan video demostrativo, otros carruseles comparativos, infografía, explicación con voz, entrevista breve o secuencia de preguntas relacionados en la complejidad del mensaje del medio ayuda a evaluar si las publicaciones estudiadas aprovechan los recursos de Instagram para reducir ambigüedades, fortaleciendo comprensión mientras se favorece la participación.

Daft y Lengel (1986) explican que los medios varían en su capacidad para reducir ambigüedad, transmitir información mediante múltiples señales. Instagram puede considerarse un entorno de alta riqueza comunicativa porque integra video, imagen, texto, audio, gestualidad, comentarios, retroalimentación inmediata. Resultando útil para los contenidos informativos, porque permite observar si el formato elegido corresponde con la complejidad del mensaje en vista que un tema complejo puede requerir más señales, ejemplos o demostraciones que una información breve.

## 2.6 MODELOS DE COMUNICACIÓN

### 2.6.1 MODELO DE COMPORTAMIENTO PERSUASIVO

En Instagram, una publicación puede activar participación si el usuario percibe valor en el contenido, entiende qué debe hacer encontrando un detonante claro. Por ejemplo, una cuenta divulgativa puede invitar a comprobar una etiqueta, repetir un experimento sencillo, responder una encuesta o compartir una alerta. Cuando la acción propuesta se vincula con información presentada, el storydoing se vuelve observable porque la narrativa desemboca en una práctica concreta.

Fogg (2009) plantea que una conducta ocurre cuando coinciden motivación, habilidad y detonante. Este modelo complementa el storydoing porque muchas publicaciones informativas utilizan llamados a la acción: guardar, compartir, comentar, responder, verificar, practicar, denunciar, aprender o aplicar. La pregunta no consiste solo en identificar la presencia de una invitación, más bien si esa invitación es comprensible, viable, coherente con el contenido, lo que motiva un llamado a la acción sin motivación o sin facilidad de ejecución puede perder eficiencia comunicativa.

## 2.6.2 MODELO DE ÉXITO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Un contenido puede ser visualmente atractivo, pero si omite fuentes, presenta datos descontextualizados, su valor informativo disminuye. Por el contrario, una publicación que organiza datos claros, cita fuentes, explica límites, evita sesgos innecesarios fortalece la base evaluativa para analizar si el contenido informativo de Instagram responde a criterios de calidad en el contexto de la generación Z.

DeLone y McLean (2003) proponen evaluar los sistemas de información mediante dimensiones vinculadas con calidad del sistema, calidad de la información, calidad del servicio, uso, satisfacción, beneficios netos. Aunque Instagram no se analiza como sistema institucional, el modelo ofrece criterios útiles para valorar la calidad del contenido que circula en un entorno digital pudiendo considerarse adecuada si es precisa, relevante, actual, completa, consistente criterios que permiten estudiar la producción informativa sin depender únicamente de métricas de popularidad.

## 2.7 TIPOS DE CONTENIDO INFORMATIVO Y UNIDADES DE ANÁLISIS

El estudio se orienta hacia contenido informativo educativo divulgativo publicado en Instagram incluyendo publicaciones que buscan explicar, enseñar, demostrar, orientar o divulgar conocimientos de manera accesible. No se trata de cualquier contenido con apariencia informativa; se priorizan piezas que presentan datos, procesos, recomendaciones, conceptos o demostraciones con finalidad de aprendizaje informal la delimitación permite evitar ambigüedades manteniendo coherencia entre título, pregunta, objetivos, instrumentos.

Las cuentas preliminares consideradas en la base de análisis son Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador, La Posta. Su pertinencia se justifica porque publican contenidos que explican, enseñan o demuestran información mediante recursos visuales propios de Instagram.

La selección de estas cuentas no busca medir únicamente popularidad, el objetivo es observar cómo se manifiestan las estrategias de storydoing en piezas informativas: si existe demostración, si se convoca a la audiencia, si el contenido presenta evidencia. Si se emplean formatos multimedia, si la información resulta clara, útil, verificable conectando teorías, dimensiones e instrumentos, evitando que el marco teórico quede separado del trabajo metodológico posterior.

## 2.8 DIMENSIONES E INDICADORES

Las dimensiones se establecen como categorías observables que permiten traducir las variables en criterios de análisis evitando que aparezcan como elementos aislados, cada dimensión se vincula con una estrategia, una teoría, un indicador. La variable storydoing se orienta a la acción, la experiencia y la participación; la variable producción de contenido informativo digital se orienta a la claridad, la calidad, la utilidad del mensaje facilitando la articulación de construcción de fichas observación con escala de Likert.

## 2. 9 CONCEPTOS DE LAS DIMENSIONES DE STORYDOING

### 2.9.1 NARRATIVA VISUAL PARTICIPATIVA

Se refiere al uso de recursos audiovisuales que facilitan a la comprensión del mensaje e invitan a la audiencia a intervenir en el relato, esta estrategia puede observarse en reels explicativos, carruseles con secuencia, historias con preguntas, videos demostrativos, subtítulos, comparaciones visuales, recursos gráficos que simplifican información compleja en la plataforma social Instagram. Rodríguez Ríos y Lázaro Pernias (2022) sostiene que el storydoing “hace que los usuarios de Instagram publiquen fotografías en las que se involucren en una causa social” (p.74). esta idea permite sostener que el contenido informativo se presenta como una experiencia abierta a la participación del usuario.

La narrativa visual participativa evita que las dimensiones aparezcan desconectadas, porque une formatos de contenido dado que un video informativo no se considera participativo solo por estar publicado en Instagram; adquiere ese carácter cuando organiza una experiencia comunicativa que permite al usuario comprender, responder o compartir, en vista que la generación Z, acostumbrada a lenguajes breves, visuales, pueden encontrar en este tipo de narrativa una vía para interpretar información de manera rápida, aunque la calidad dependerá de la claridad.

### 2.9.2 ACCIONES VERIFICABLES

Constituyen el núcleo del storydoing, debido a que trasladan el mensaje desde la afirmación hacia la demostración. Montague (2013) enfatiza que el relato se fortalece cuando se expresa mediante acción; Sarasqueta (2021) agrega que las audiencias demandan hechos en contextos de saturación informativa. En Instagram, esta estrategia puede aparecer cuando una publicación muestra procesos, experimentos, fuentes, resultados, pasos, comparaciones, evidencias visuales

que permiten comprobar el contenido dando importancia a cuando se vuelve más creíble en momento de observaciones o contrastarse.

En contenidos informativos, una acción una alerta sanitaria, contar con fuente oficial, una comparación de datos, estas acciones reducen la distancia entre información y experiencia permitiendo identificar si el contenido busca solo captar atención o si ofrece elementos para que la audiencia comprenda evaluando lo que se presenta.

### 2.9.3 PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA

La participación de la audiencia se entiende como el conjunto de acciones mediante las cuales usuarios intervienen en la circulación, resignificación del contenido. Jenkins (2006) decía que interpretar esta práctica como parte de una cultura participativa, mientras que Rodríguez Ríos y Lázaro Pernias (2022) la conectan con la cocreación del relato en Instagram. En el análisis empírico, esta estrategia pudo observarse mediante comentarios con preguntas, respuestas del creador, encuestas, etiquetas, contenido generado por usuarios, compartidos o solicitudes de nuevos temas.

En el marco del estudio, los jóvenes son considerados actores que pueden implicar, cuestionar o validar la información puesto no toda participación tiene el mismo valor: un comentario superficial no equivale a una pregunta argumentada, una réplica práctica

### 2.9.4 ENGAGEMENT MEDIANTE VALOR PERCIBIDO

El engagement mediante valor percibido se refiere al compromiso que surge cuando la audiencia considera que el contenido es útil, auténtico, aplicable o relevante. Rodríguez Ríos y Lázaro Pernias (2025) analizan engagement e intención de consumo en anuncios de storydoing, storytelling para Instagram. Lo cual confirma la pertinencia de estudiar cómo las acciones narrativas pueden influir en la respuesta del usuario en el campo informativo, engagement debe interpretarse con cautela: su valor no está solo en la cantidad de interacciones, sino en la relación entre interacción, utilidad y comprensión.

El valor percibido se vincula con publicaciones que resuelven dudas, explican fenómenos, ofrecen datos útiles, enseñan procedimientos, previenen riesgos o conectan con intereses juveniles pudiendo responder con mayor intensidad cuando el contenido se ajusta a sus necesidades informativas con sus formas de consumo. Esta estrategia se relaciona con relevancia, utilidad personal, ya que el contenido informativo debe mostrar por qué importa, qué aporta, cómo puede ser utilizado por la audiencia.

### 2.9.5 PROPÓSITO SOCIAL

El propósito social se orienta hacia una causa, problema, aprendizaje colectivo o mejora de la sociedad. Rodríguez Ríos y Lázaro Pernías (2023) muestran que el storydoing puede asociarse con sostenibilidad, justicia social, causas públicas. Aplicado a Instagram, este enfoque permite analizar contenidos que informan sobre salud, ambiente, derechos, educación, ciencia, seguridad alimentaria, ciudadanía digital o temas juveniles siendo relevante porque el contenido informativo no solo transmite datos; también puede generar conciencia, discusión, acción responsable.

Ayudando a diferenciar contenidos informativos de publicaciones puramente recreativas donde un contenido con propósito social puede entretener, pero su eje comunicacional está en ampliar comprensión, prevenir desinformación, orientar decisiones, estimular participación ciudadana. En el caso de la generación Z, el propósito social puede fortalecer conexión con temas que afectan su vida cotidiana, sus comunidades, su visión del mundo.

### 2.9.6 ACCIÓN DEMOSTRADA Y NO PASÍVIDAD

La acción demostrada se entiende como la capacidad del contenido para mostrar hechos, procesos, procedimientos, resultados o experiencias visibles que respalden el mensaje publicado. Montague (2013) planteaba que el storydoing desplaza la comunicación desde que se hace, porque la narrativa adquiere fuerza cuando se expresa mediante acciones concretas, experiencias útiles. Por lo cual esta dimensión permite observar si una publicación informativa no solo afirma una idea, sino que la sostiene mediante evidencias, demostraciones, pasos, ejemplos, escenas o resultados que hacen visible la información.

Para este estudio la acción demostrada permite diferenciar entre contenidos que únicamente describen un tema, contenidos que lo conviertan en una experiencia observable dentro de Instagram como son los reels, fotografías o carruseles por lo que esta dimensión puede identificarse cuando la publicación muestra un procedimiento, una situación real, una fuente, una comparación o una consecuencia concreta resultando clave para analizar si el contenido informativo produce sentido a través de la evidencia.

### 2.9.7 DESAFÍO EXPLÍCITO O PROBLEMA QUE ORGANIZA EL MENSAJE.

El desafío explícito se refiere al problema, riesgo, duda, conflicto o necesidad que da origen al contenido organizando su desarrollo comunicativo. Bruner (1991) sostiene que una narración adquiere sentido cuando existen una ruptura o desviación frente a una situación esperada. Desde esta perspectiva, el contenido informativo necesita presentar con claridad cuál es el problema que se busca explicar, prevenir, aclarar o resolver ya que al ser contada altera una condición previa.

Esta dimensión permite observar si las publicaciones analizadas poseen un eje problemático que justifica la información presentada como un contenido sobre salud, ciudadanía, seguridad, educación o vida cotidiana puede ser más comprensible cuando se identifica desde el inicio qué situación requiere atención, qué duda se responde o qué riesgo se expone el desafío explícito ayuda a determinar si la publicación tiene una estructura orientada por una necesidad informativa concreta y no solo por presencia aislada de datos.

### 2.9.8 SIMBOLOGÍA PROPIA

La simbología propia se comprende como el conjunto de signos visuales, sonores, expresivos que permiten reconocer la identidad comunicativa de una cuenta o medio. Chandler (2007) explica que la semiótica estudia los signos, códigos, textos mediante los cuales se construyen significados dentro de un sistema cultural. aplicándose a Instagram permite como analizar los colores, tipografías, logotipos, iconos, música, tono gráfico, encuadres, has tags o estilos recurrentes contribuyendo a que una publicación sea identificable, mantenga coherencia visual con el medio que produce el contenido.

La simbología propia permite evaluar si las cuentas presentan una identidad visual estable, funcional para el contenido informativo en la cual esta dimensión no se limita a reconocer si existe un logo una plantilla; observa si los recursos simbólicos ayudan a ordenar el mensaje, generar reconocimiento, reforzar credibilidad, facilitar la recordación donde la generación Z se ha acostumbrado a leer códigos visuales de manera rápida siendo así que la simbología puede convertirse en un elemento de orientación dentro del flujo constante de publicaciones.

### 2.9.9 ATENCIÓN COMPLETA

La atención complementaria se entiende como la capacidad del contenido para captar y sostener interés del usuario mediante recursos visuales, textuales o narrativos que orientan la lectura del mensaje. Davenport y Beck (2001) sostenían mediante explicaciones que la atención constituye un recurso escaso en contextos saturados de información, por lo que los mensajes compiten por ser percibidos, interpretados, recordados. Lo que para Instagram esta dimensión se acopla con ganchos iniciales, títulos claros, ritmo, visual, utilidad inmediata, pertinencia temática, compasión gráfica y recursos que detienen el desplazamiento rápido del usuario.

Permitiendo observar si una publicación informativa consigue atraer la mirada sin sacrificar claridad ni responsabilidad comunicacional, se trata de medir el valor, si los recursos usados para captar atención contribuyen a comprender mejor el tema donde una imagen llamativa, un título directo, una secuencia ordenada o un inicio audiovisual dinámico pueden considerarse pertinentes cuando ayudan a sostener sentido informativo y no solo generar visibilidad.

### 2.9.10 MEMORABILIDAD

Es la capacidad de un contenido para dejar una idea, imagen, frase, recomendación o aprendizaje que pueda ser recordado, guardado o compartido por la audiencia. Heath (2007) señalaban que las ideas memorables suelen ser comprensibles, concretar, creíbles, capaces de influir en la forma de pensar o actuar de las personas. De manera que desde este enfoque un contenido informativo memorable no depende únicamente de su atractivo visual más bien de su capacidad para condensar una enseñanza, dato o mensaje útil que permanezca en la mente del usuario.

La memorabilidad ayuda a valorar si las publicaciones ofrecen elementos que faciliten la retención de la información en la generación z donde las recomendaciones claras, una frase guía, una imagen significativa, una comparación visual o una síntesis aplicable pueden favorecer que el usuario recuerde el contenido, lo utilice posteriormente, resultando importante porque el contenido informativo no solo busca circular en redes, sino también producir aprendizaje, recordancia, utilidad social en medio de un entorno digital acelerado.

## 2.10 CONCEPTOS DE LAS DIMENSIONES DE CONTENIDO INFORMATIVO DIGITAL

### 2.10.1 CLARIDAD Y COMPRENSIBILIDAD

Mayer (2024) sostiene que el aprendizaje multimedia ocurre cuando las personas construyen conexiones significativas entre palabras e imágenes, siempre que la información se organice de manera coherente al no generar sobrecarga cognitiva. Desde esta perspectiva, la claridad, comprensibilidad se relacionan con la posibilidad de que el usuario identifique con rapidez la idea central siguiendo una secuencia lógica a partir de recursos verbales.

La claridad y comprensibilidad permiten observar si las publicaciones de Instagram presentan información de manera directa, ordenada y entendible para la generación Z. al no limitar esta dimensión el contenido sea breve o visualmente atractivo, el mensaje puede interpretarse sin confusión mediante títulos claros, subtítulos legibles, ejemplos pertinentes, jerarquía visual, ausencia de saturación informativa.

### 2.10.2 FORMATO MULTIMEDIA

Masíp et al (2010) explican que el ciberperiodismo se ha estudiado principalmente a partir de la hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, convergencia, características que han transformado la producción y distribución de los contenidos informativos en los entornos digitales. Por ende, el formato multimedia se entiende como la integración coherente de texto, imagen, audio, video, gráficos o animaciones para ampliar las posibilidades expresivas del contenido informativo.

Esta dimensión permite analizar si los contenidos publicados en Instagram aprovechan adecuadamente las formas propias de la plataforma, como reels, fotografías con pie de imagen, carruseles con valoración que depende de la relación entre forma y contenido donde los elementos visuales, sonoros, textuales ayudan a explicar el tema, sosteniendo la atención de fortalecer la comprensión del mensaje informativo.

### 2.10.3 VERACIDAD O EXACTITUD PERCIBIDA

DeLone y McLean (2003) plantean que la calidad de información puede evaluarse mediante criterios como exactitud, actualidad, completitud, relevancia, consistencia. Partiendo de este enfoque la veracidad o exactitud percibida se refiere al grado en que un contenido muestra

señales de confiabilidad mediante datos claros, fuentes visibles, referencias institucionales, coherencia informativa, ausencia de afirmación sin sustento.

Diferenciando entre publicaciones que solo generan atención, publicaciones que ofrecen información responsable es lo que esta dimensión permite hacer en el caso de Instagram, la verdad o exactitud percibida se observará cuando el contenido incluya fuentes al usuario reconocer que la información ha sido construida con criterios de confiabilidad.

#### 2.10.4 REVELACIÓN Y UTILIDAD PERSONAL

Wilson y Sperber (2002) explican que la relevancia guía la interpretación del mensaje porque las personas tienden a procesar información cuando esta les ofrece efectos cognitivos útiles con un esfuerzo razonable de comprensión. Mediante que la relevancia con la utilidad personal se relaciona con la capacidad del contenido para responder a necesidades, intereses, problemas o expectativas concretas de la audiencia.

Es fundamental entender que esta dimensión ayuda a valorar si las publicaciones informativas de Instagram ofrecen aportes significativos para la generación Z donde un contenido será relevante cuando no solo informe sobre un hecho, cuando explique por qué ese tema importa, cómo afecta la vida cotidiana, qué decisión puede orientar o qué aprendizaje práctico ofrece al usuario mediante consejos aplicables, resolución de dudas o información socialmente pertinente.

#### 2.10.5 ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN

Para World (2024) establece que la accesibilidad digital se sostiene en principios como el contenido sea perceptible, operable, comprensible. Mediante esta perspectiva es entender la accesibilidad e inclusión como las condiciones que facilitan que distintos usuarios puedan acceder, leer, escuchar, interpretar o utilizar con contenido digital en diversos contextos, dispositivos con niveles de capacidad.

Por ende al aplicarlo a Instagram esta dimensión permite observar si el contenido informativo puede ser comprendido desde el celular mediante subtítulos, contraste visual, lenguaje claro, duración adecuada, explicación de términos y facilidad de lectura del móvil, radicando desde la importancia en que la generación Z no consume contenidos en condiciones homogéneas, por lo que una publicación informativa debe reducir barreras visuales, lingüísticas o técnicas para ampliar su alcance comprensivo.

## 2.10.6 NEUTRALIDAD O AUSENCIA DE SESGO

Kovach y Rosentiel (2001) señalan que la esencia del periodismo se sostiene en la disciplina de verificación, la transparencia sobre métodos, la responsabilidad frente a la audiencia, pero del mismo modo, Irenton y Posetti (2018) advierten que la desinformación puede presentarse como información engañosa o manipulada, lo que exige prácticas comunicativas responsable. Partiendo de este punto la neutralidad o ausencia de sesgo se refiere al tratamiento equilibrado del contenido, diferenciando datos, opiniones, valoraciones.

Tanto la neutralidad o ausencia de sesgos permitirá observar si las publicaciones informativas evitan exageraciones, manipulación evidente, simplificación interesada o mezcla confusa entre información, opinión donde los mensajes compiten por atención rápida, resultando ser necesaria esta dimensión para evaluar si el contenido mantiene contexto suficiente, lenguaje responsable con presentaciones equilibradas del tema sin perder claridad ni atractivo comunicacional

**Tabla 1.** *Dimensión storydoing. Operativa e Indicadores observables*

| <b>Dimensión de storydoing.</b>          | <b>Definición operativa.</b>                                                                                | <b>Indicadores observables.</b>                                                                                                |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Narrativa visual participativa.</b>   | Organización audiovisual del relato que convierte la información en experiencia comprensible e interactiva. | Uso de reels, carruseles, historias, subtítulos, secuencias, preguntas visuales, elementos que invitan a responder.            |
| <b>Participación activa del usuario.</b> | Intervención de la audiencia en la circulación, ampliación o discusión del contenido.                       | Comentarios sustantivos, preguntas, compartidas, respuestas del creador, encuestas, etiquetas, contenido generado por usuarios |
| <b>Llamados a la acción.</b>             | Recursos comunicativos que orientan a la audiencia hacia una acción concreta.                               | Invitaciones a guardar, compartir, comentar, verificar, aplicar, responder, consultar una fuente o replicar una experiencia.   |
| <b>Autenticidad percibida.</b>           | Grado en que el contenido se percibe coherente, transparente, basado en experiencias o evidencias reales.   | Fuentes visibles, demostraciones, procesos testimonios, resultados, lenguaje transparente, ausencia de exageración.            |
| <b>Continuidad narrativa.</b>            | Secuencia temática que evita publicaciones aisladas sosteniendo un relato informativo en el tiempo.         | Series, campañas, partes numeradas, respuestas a dudas, seguimiento de temas, conexión entre publicaciones.                    |

|                                                |                                                                                                                 |                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Presencia del emisor en la experiencia.</b> | Participación visible del medio, creador, institución cuenta dentro de la experiencia informativa que comunica. | Voz propia, explicación directa, rostro, demostración, proceso mostrado, responsabilidad sobre el contenido.                                       |
| <b>Acción demostrada.</b>                      | Paso del relato declarado hacia una acción observable que evidencia lo que la publicación afirma.               | Resultados visibles, procedimientos o practicas aplicables.                                                                                        |
| <b>Registro visual.</b>                        | Uso de recursos visuales como soporte de evidencia, comprensión, credibilidad del contenido informativo.        | Videos, fotografías, carruseles, gráficos, subtítulos, encuadres, demostraciones audiovisuales e imágenes con función informativa.                 |
| <b>Demanda social y necesidad informativa.</b> | Relación entre la publicación, una necesidad, expectativa, preocupación o interés.                              | Temas de salud, seguridad, ciudadanía digital o información útil para los jóvenes.                                                                 |
| <b>Desafío explícito.</b>                      | Problema, riesgo, mito o duda que organiza la publicación, justificando la acción comunicativa.                 | Desinformación, confusión pública, mitos, riesgos, cotidianos, preguntas frecuentes, problemas sociales o situaciones que requieren explicaciones. |
| <b>Simbología propia.</b>                      | Conjunto de signos visuales, sonoros, expresivos que dan identidad reconocible a la cuenta o publicación.       | Colores, iconos, tipografías, música, escenarios, gestos, hashtags, personajes, todo visual, estilo grafico recurrente.                            |

|                                 |                                                                                                                   |                                                                                                                                                       |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Secuencia y causalidad.</b>  | Organización narrativa del contenido mediante una lógica de inicio, desarrollo, cierre relacionando causa-efecto. | Introducción, problema, explicación, evidencia, consecuencia, cierre, series, partes numeradas o continuidad entre publicaciones.                     |
| <b>Atención complementaria.</b> | Capacidad de la publicación para detener el desplazamiento rápido del usuario, concentrar su interés.             | Gancho inicial, ritmo visual, utilidad inmediata, impacto emocional moderado, claridad, dinamismo, pertinencia del tema.                              |
| <b>Memorabilidad.</b>           | Capacidad del contenido para dejar una huella recordable, útil en la audiencia joven.                             | Ideas fáciles de recordar, ejemplos claros, frases guía, recomendaciones aplicables, publicaciones guardadas, contenido que se comparte por utilidad. |
|                                 |                                                                                                                   |                                                                                                                                                       |

Tabla 1: Dimensión storydoing. Operativa e Indicadores observables.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega, 2026

**Tabla 2.** Dimensión contenido informativo digital. Operativa e Indicadores observables

| <b>Dimensión de contenido informativo digital.</b> | <b>Definición operativa.</b>                                                                      | <b>Indicadores observables.</b>                                                                                            |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Claridad y comprensibilidad.</b>                | Facilidad con que la audiencia entiende el mensaje informativo.                                   | Lenguaje directo, la idea central explícita, secuencia lógica, ejemplos subtítulos legibles y ausencia de saturación.      |
| <b>Formato multimedia.</b>                         | Integración coherente de texto, imagen, audio, video, gráficos, animación.                        | Uso pertinente de recursos visuales y sonores, calidad técnica, jerarquía gráfica y relación entre forma y contenido.      |
| <b>Veracidad o exactitud percibida.</b>            | Percepción de confiabilidad del contenido según datos, fuentes, coherencia informativa.           | Citas de fuentes, referencias, institucionales, datos contextualizados, advertencias de límites y corrección conceptual    |
| <b>Relevancia y utilidad personal.</b>             | Capacidad del contenido para responder a necesidades, intereses o problemas de la generación Z.   | Consejos aplicables, explicación de temas cotidianos, valor educativo, resolución de dudas y pertinencia juvenil.          |
| <b>Accesibilidad e inclusión.</b>                  | Condiciones que facilitan el consumo del contenido por diversos usuarios y contextos.             | Subtítulos, lenguaje inclusivo, contraste visual, duración adecuada, explicación de términos y facilidad de lectura móvil. |
| <b>Neutralidad o ausencia de sesgo.</b>            | Tratamiento equilibrado de la información sin manipulación evidente ni simplificación interesada. | Diferenciación entre dato y opinión, ausencia de exageración, contexto suficiente y presentación responsable del tema.     |

Tabla 2: Dimensión contenido informativo digital. Operativa e Indicadores observables

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

La dimensión narrativa visual participativa se relaciona con la cultura participativa y narrativa transmedia, debido a que la información adquiere sentido cuando puede ser recorrida, respondida, compartida. En la ficha de observación, esta dimensión puede registrarse mediante la presencia de formatos visuales, secuencias narrativas, preguntas, strikes, encuestas o elementos que orientan la interacción.

La participación activa del usuario se vincula con el paso de audiencia receptora a audiencia coautora, los comentarios no son solo reacciones; pueden convertirse en insumos para nuevas publicaciones, aclaraciones o debates siendo necesario observar si la cuenta responde, si retoma preguntas de la audiencia, si permite que los usuarios aporten experiencias.

Los llamados a la acción se fundamentan en el modelo de Fogg (2009), ya que una conducta requiere motivación, habilidad, detonante. en una publicación informativa, un llamado efectivo debe ser claro, viable, coherente en el mensaje. Frases como “guardar esta información, compártelo con alguien, comenta tu duda o aplica este paso” pueden activar participación si el usuario entiende por qué, cómo hacerlo permitiendo evaluar la capacidad del storydoing para convertir información en acción comunicativa.

La autenticidad percibida es una dimensión decisiva porque la generación Z suele mostrar sensibilidad ante contenidos artificiales, excesivamente publicitarios o desconectados de hechos verificables, la autenticidad se fortalece cuando el creador muestra procesos, reconoce límites, cita fuentes, utiliza lenguaje transparente, evitando promesas exagerados, esta dimensión une la economía de la experiencia con la calidad informativa, ya que la experiencia gana valor cuando se percibe la confianza.

La continuidad narrativa permite observar si la cuenta construye una trayectoria informativa o si sus publicaciones aparecen como piezas desconectadas siendo relevante porque el aprendizaje informal suele requerir repetición, seguimiento, actualización. Una serie de publicaciones sobre un tema, una respuesta a preguntas de seguidores o una campaña educativa sostenida puede favorecer mayor comprensión que una publicación aislada.

En la variable producción de contenido informativo digital, la claridad, comprensibilidad son condiciones básicas dado que el contenido puede tener buena intención. Mayer (2002) respalda esta dimensión al señalar que la combinación de palabras e imágenes debe facilitar procesamientos. En Instagram, la claridad se evidencia en títulos directos,

subtítulos, ejemplos, orden visual, ritmo adecuado relacionando con la capacidad de la generación Z para entender rápidamente la información sin perder precisión.

El formato multimedia se analiza porque Instagram favorece mensajes híbridos porque un contenido puede integrar video, texto, audio, gráficos, animación, pero la presencia de varios recursos no garantiza calidad evaluando si esos recursos cumplen una función comunicativa: explicar, ejemplificar, demostrar, sintetizar. Desde la teoría de riqueza de medios, la elección del formato debe responder a la complejidad del mensaje.

La veracidad o exactitud percibida se incorpora para evitar que el estudio confunda viralidad con información confiable. DeLone y McLean (2003) decían que permiten evaluar la calidad de la información mediante precisión, relevancia, consistencia. En Instagram, esta dimensión puede observarse a través de fuentes citadas, datos verificables, referencias institucionales, aclaraciones, ausencia de afirmaciones absolutas sin sustento.

La relevancia utilidad personal se vincula con la posibilidad de que el contenido responda a intereses reales de la generación Z, un tema puede ser informativo pierde fuerza si la audiencia no reconoce su utilidad, si la publicación resuelve dudas, orienta decisiones, enseña pasos aplicables o conecta con preocupaciones juveniles el storydoing fortalece esta dimensión cuando la información se presenta como acción útil no como dato descontextualizado.

La accesibilidad e inclusión resultan necesarias porque los contenidos de Instagram se consumen en distintas condiciones: con o sin audio, en pantallas pequeñas, con diferentes niveles de conocimiento previo, con velocidades de atención variables, la presencia de subtítulos, contraste visual, explicación de términos, lenguaje claro, duración adecuada mejora la posibilidad de comprensión asumiendo que toda la generación Z acceda e interpreta el contenido de la misma manera.

La neutralidad o ausencia de sesgo permite evaluar si el contenido distingue datos, opiniones, recomendaciones, valoraciones en los temas informativos, especialmente cuando se abordan salud, derechos o ciudadanía, la presentación sesgada puede afectar la interpretación. Esta dimensión no exige una falsa neutralidad absoluta, sino transparencia sobre fuentes, contexto, límites incluso responde a la necesidad de formar criterios de análisis más rigurosos para contenidos que circulan en redes sociales.

## 2.11. MODELO DEL MARCO TEÓRICO

El modelo lógico del estudio parte de una relación causal comprensiva: las estrategias de storydoing influyen en la producción de contenido informativo digital cuando convierten el mensaje en experiencia visual, acción verificable, participación de la audiencia en el momento que se manifiesta en la manera en que la publicación organiza el relato, presenta evidencias, convoca a la interacción, ofrece utilidad, mantiene continuidad temática. A su vez, la producción informativa digital se evalúa mediante claridad, formato multimedia, veracidad, relevancia, accesibilidad, neutralidad resultando esperado si comprender cómo la generación Z interactúa con contenidos que no solo informan.

La pregunta de investigación se conecta con este modelo porque busca explicar de qué manera el storydoing interviene en la producción de contenido informativo de la generación Z en Instagram, la respuesta no se encuentra en una sola variable ni en una métrica aislada; se construye al observar la relación entre narrativa, acción, calidad informativa, participación.

**Tabla 3.** Componentes del proceso y descripción analítica del caso

| <b>Componente.</b>             | <b>Descripción.</b>                                                                                                                         |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entrada teórica.</b>        | Storydoing como relato convertido en acción; contenido informativo digital como menaje multimedia, verificable y participativo.             |
| <b>Proceso comunicacional.</b> | Producción de reels, carruseles, historias o publicaciones que explican, demuestran, convocan y sostienen continuidad narrativa.            |
| <b>Mediadores.</b>             | Claridad, autenticidad, utilidad, veracidad, accesibilidad y valor percibido por la generación Z.                                           |
| <b>Manifestación empírica.</b> | Comentarios, compartidos, guardados, respuestas, preguntas, replicación de experiencias, participación en el relato.                        |
| <b>Aporte del estudio.</b>     | Explicar cómo las estrategias de storydoing fortalecen o limitan la producción de contenido informativo educativo divulgativo en Instagram. |

Tabla 3. Componentes del proceso y descripción analítica del caso.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

**Tabla 4.** Definición de términos operativos

| <b>Término</b>                                      | <b>Definición operativa y uso en el estudio.</b>                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Storydoing.</b>                                  | Estrategia comunicacional que convierte el relato en acción visible, participativa, verificable dentro de Instagram. Se usará para analizar narrativa, acción y participación. |
| <b>Producción de contenido informativo digital.</b> | Proceso de crear, organizar, difundir información mediante formatos digitales, multimedia. Se usará para evaluar claridad y utilidad del mensaje.                              |
| <b>Generación Z.</b>                                | Grupo poblacional joven socializado en entornos digitales. En el estudio se abordará como audiencia y participante de contenidos informativos en Instagram.                    |
| <b>Instagram.</b>                                   | Plataforma social visual e interactiva donde circulan reels, historias, carruseles, lives, comentarios, mensajes. Será el entorno de observación del estudio.                  |
| <b>Contenido educativo divulgativo.</b>             | Publicaciones que explican, enseñan, demuestran u orientan sobre un tema de interés público o formativo mediante lenguaje accesible.                                           |
| <b>Narrativa visual participativa.</b>              | Secuencia audiovisual que facilita comprensión e invita a la audiencia a responder, compartir, comentar o continuar el relato.                                                 |
| <b>Acción verificable.</b>                          | Evidencia visible de un proceso, fuerte, dato, demostración o resultado que permite contrastar la información presentada.                                                      |
| <b>Engagement.</b>                                  | Compromiso observable de la audiencia. Se analizará por tipo de interacción, relación con utilidad, claridad, participación, no solo por cantidad.                             |

|                                                |                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Veracidad percibida.</b>                    | Grado en que la audiencia considera confiable el contenido por su evidencia, fuentes, coherencia y precisión.                                                      |
| <b>Cámaras eco.</b>                            | Entornos donde las personas se exponen principalmente ideas que refuerzan sus creencias previas. Se usará como termino de contexto sobre circulación informativa.  |
| <b>Neutralidad informativa.</b>                | Tratamiento responsable que diferencia datos opiniones, recomendaciones, evitando exageraciones o sesgos innecesarios.                                             |
| <b>Accesibilidad digital.</b>                  | Condiciones de diseño que facilitan comprender el contenido en distintos dispositivos, contextos u niveles de conocimiento previo.                                 |
| <b>Demanda social o necesidad informativa.</b> | Necesidad, expectativa, problema o interés del entorno juvenil que una publicación informativa busca responder mediante explicación, orientación o acción visible. |
| <b>Simbología propia.</b>                      | Red de signos visuales, expresivos que identifica a una cuenta o publicación: colores, iconos, música, gestos, escenarios, tono, estilo gráfico.                   |
| <b>Memorabilidad.</b>                          | Capacidad de una publicación para ser recordada, guardada, compartida o utilizada desde por su claridad, utilidad, experiencia visual.                             |

Tabla 4: Definición de términos operativos.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

Los términos operativos se definen para garantizar consistencia entre título, pregunta, objetivos, instrumentos, resultados tampoco se presentan como un diccionario general, más bien como conceptos delimitados con cada término se usará con el mismo sentido durante el desarrollo de la investigación.

## 2.12 CIERRE

El marco teórico desarrollado permite sostener que el storydoing y la producción de contenido informativo digital que se encuentran vinculados por la transformación ocurre cuando el contenido no se limita a informar, sino que demuestra, convoca, explica, responde generando participación. La generación Z representa un grupo clave para observar este proceso porque participa en entornos visuales, consume información mediante plataformas sociales relacionadas a formatos breves, interactivos de multimedia.

Las teorías seleccionadas ofrecen un soporte coherente:

1. La cultura participativa explica la intervención de usuarios.
2. La economía de la experiencia fundamenta el valor de la acción.
3. La narrativa transmedia sostiene la continuidad.
4. El aprendizaje multimedia orienta la calidad.
5. La riqueza de medios explica la selección de formatos.
6. El modelo de Fogg ayuda a analizar llamados a la acción.

En conjunto, estas perspectivas evitan la dispersión teórica permitiendo construir un análisis integrado.

Finalmente, las dimensiones e indicadores propuestos permiten avanzar hacia la metodología. Cada dimensión tiene respaldo conceptual, se observada en publicaciones, medida mediante percepciones, discutida con expertos. Así, el marco teórico cumple una función estructural: delimita el problema, organiza antecedentes, define variables, justifica dimensiones preparando la construcción de instrumentos fortaleciendo el estudio del “Storydoing y producción de contenido informativo de la generación Z en Instagram, 2026” al mostrar qué se conoce, qué falta investigar, cómo se abordará el fenómeno de manera académica.

### 3. METODOLOGIA

La metodología de esta investigación se organizará con el propósito de explicar el procedimiento que seguirá el estudio sobre el storydoing y la producción de contenido informativo de la generación Z en Instagram durante 2026 con la propuesta metodológica ajustándose al criterio de observación sistemática, por lo que el trabajo de campo se basará únicamente en fichas de observación con escala de Likert aplicadas a publicaciones de medios en Instagram.

La decisión de utilizar una ficha de observación responderá a la naturaleza del problema planteado en el capítulo I, debido a que el estudio busca analizar de qué manera las estrategias de storydoing intervienen en la producción de contenido informativo dentro de Instagram, abordando el fenómeno a partir de elementos visibles del contenido: formato, recursos visuales, presencia de acciones, claridad informativa, fuentes, llamados a la acción, interacción visible, continuidad narrativa, calor comunicativo para la audiencia joven.

Donde se definieron dos variables centrales: storydoing y producción de contenido informativo digital con narrativa visual participativa, acción demostrada, presencia del emisor, desafío explícito, simbología, arco tripartito, atención completa, memorabilidad, participación, autenticidad, continuidad narrativa según como se vincula con claridad, formato multimedia, veracidad percibida, relevancia, accesibilidad, neutralidad informativa.

La información se obtendrá mediante observación sistemática de cuentas con publicaciones informativas subidas a Instagram, donde la observación se convierte en datos comparables, cada dimensión será valorada con una escala tipo Likert de cinco niveles, desde ausencia del indicador hasta cumplimiento alto siendo coherente del criterio observado.

#### 3.1 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN

La investigación se orienta desde un paradigma positivista, debido a que analizará un fenómeno observable mediante indicadores definidos, pero reconocerá que la lectura del contenido digital requiere interpretación contextual, bajo este enfoque las publicaciones de Instagram podrán medirse mediante una escala de cumplimiento, aunque sus

significados comunicacionales serán interpretados según las dimensiones del marco teórico con los objetivos del estudio.

El paradigma pospositivista resultará pertinente porque el estudio no manipulará variables ni controlará el comportamiento de la plataforma, salvo que se observará contenidos en su contexto natural. Para Hernández Sampieri et al. (2014), los diseños no experimentales permiten estudiar fenómenos tal como ocurren, sin intervención deliberada del investigador. Que en este caso las cuentas, publicaciones serán analizadas como unidades comunicacionales ya existentes dentro de Instagram.

La observación sistemática permitirá transformar dimensiones conceptuales en indicadores verificables correspondiendo la interpretación de esos indicadores no se asumirá como una verdad absoluta, combinando medición descriptiva mediante escala de Likert más análisis interpretativo de las notas de observación.

## 3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO

La investigación se desarrollará bajo un diseño cuantitativo descriptivo basándonos únicamente en la observación de contenidos publicados en Instagram, mediante este diseño permitirá registrar, medir, comparar el nivel de cumplimiento de las dimensiones de storydoing y producción de contenido informativo en los contenidos seleccionados de Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador, La Posta.

El enfoque escogido para la metodología fue el cuantitativo porque la ficha de observación utilizará una escala tipo Likert para asignar valores numéricos a cada indicador. Mediante esta escala se calcularán puntajes, promedios, niveles de cumplimiento por medio, formato y dimensiones que facilitarán ordenar e interpretar el corpus de acuerdo con la presencia de los elementos observados.

Usando como técnica principal la observación sistemática de contenidos no se aplicarán encuestas ni entrevistas, debido a que la unidad de análisis estará constituida por publicaciones de Instagram. Junto técnica de entrevista semi estructurada para un experto sobre el tema de contenido informativo en un medio.

El apoyo interpretativo se incorporará mediante observaciones breves dentro de la ficha donde no constituirán una técnica cualitativa independiente; estas notas funcionarán como un recurso complementario para justificar la valoración asignada a cada publicación evitando que el análisis se reduzca únicamente a cifras aisladas.

Likert (1932) sostenía que este tipo de escala para registrar niveles graduados de respuesta. Por lo que en este estudio la dicha lógica se adaptará a la observación de indicadores comunicacionales, permitiendo identificar el grado de cumplimiento de cada dimensión.

**Tabla 5.** *Escala de valoración para las fichas de observación*

| <b>Valor.</b> | <b>Nivel de cumplimiento.</b> | <b>Criterio de la lectura.</b>                                                                                                  |
|---------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.</b>     | No cumplo.                    | El indicador no aparece o su presencia es irrelevante para el contenido observado.                                              |
| <b>2.</b>     | Cumplimiento bajo.            | El indicador aparece de manera mínima, débil o poco clara.                                                                      |
| <b>3.</b>     | Cumplimiento medio.           | El indicador aparece parcialmente, pero requiere mayor claridad, evidencia o coherencia.                                        |
| <b>4.</b>     | Cumplimiento alto.            | El indicador aparece de forma clara, aporta al sentido informativo del contenido,                                               |
| <b>5.</b>     | Cumplimiento muy alto.        | El indicador aparece de manera sólida, coherente, articulada con la estrategia de storydoing.                                   |
| <b>No.</b>    | No observable.                | Se usará únicamente cuando el dato no puede observarse por limitaciones de la plataforma; no se promediará como valor numérico. |

Tabla 5: Escala de valoración para las fichas de observación.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

### 3.4 TIPO Y ALCANCE DE INVESTIGACIÓN

El Tipo de estudio será aplicado porque se orientará al análisis de un fenómeno comunicacional concreto que es la presencia de estrategias de storydoing en contenidos informativos de Instagram. Siendo descriptivo porque caracterizará las dimensiones visibles del contenido sin pretender establecer causalidad estadística porque el registro observacional se realizará a partir de cuentas, publicaciones disponibles en la plataforma.

El alcance descriptivo permite identificar que medios presentan mayor cumplimiento de las dimensiones del estudio, como se manifiestan dichas dimensiones en publicaciones seleccionadas. Hernández Sampieri et al (2014) sostenía que los estudios descriptivos permiten especificar propiedades, características, perfiles de fenómenos sometidos a análisis. En esas propiedades corresponderán a narrativa visual acción demostrada claridad, fuentes, accesibilidad, participación, elementos narrativos del storydoing.

Teniendo una dimensión comparativa, debido a que se contrastarán medios locales, nacionales en una primera fase general, comparando publicaciones de los tres medios nacionales seleccionados, no se busca generalizar a todos los medios ecuatorianos, se busca explicar el comportamiento del corpus elegido mediante criterios sistemáticos de observación.

### 3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño será no experimental porque las variables no son manipuladas; se observarán tal como aparecen en Instagram contando con el diseño transversal porque el registro se delimitará en una ventana temporal específica, correspondiente a la semana comprendida entre el 24 de mayo al 31 de mayo de 2026. Seria (2016) explica que los estudios transversales observan características en un periodo definido, sin seguimiento prolongado.

Justificándose porque el fenómeno será analizado dentro de Instagram, plataforma que posee condiciones propias de vitalidad, interacción, circulación algorítmica, consumo informativo. Para Yin (2018) el estudio de caso permite examinar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real. El storydoing no podrá separarse del entorno donde se produce, debido a que los formatos, métricas visibles, comentarios, pies de imagen, reels, carruseles forman parte de la estructura comunicativa analizada.

Diseño desarrollado en:

1. Se aplicará una ficha general a ocho medios o cuentas de Instagram seleccionadas por conveniencia, con el fin de determinar cuáles presentan mayor cumplimiento de las dimensiones de storydoing y producción de contenido informativo.
2. Se aplicará una ficha de observación con escala de Likert a cada publicación informativa que los medios seleccionados publiquen dentro de la semana delimitada para el estudio, sin fijar previamente una cantidad cerrada de publicaciones por formato.

### 3.6 MÉTODO DE ANÁLISIS

El método de análisis es analítico descriptivo es tomado en consideración porque se registrarán puntajes por dimensión, medio, formato, cada publicación se descompondrá en indicadores vinculados con las variables del estudio donde así el análisis de contenido permitirá examinar textos, imágenes, videos, pies de imagen, recursos visuales y señales de interacción como materias comunicacionales.

Krippendorff (2013) plantea que el análisis de contenido permite examinar materiales significativos dentro de un contexto de uso. Siendo sistemáticos las publicaciones de Instagram integran textos, audios, diseño, formato, comentarios, por lo que su análisis deberá considerar tanto la forma como el sentido comunicacional.

El procedimiento analítico partirá de las dimensiones del marco teórico.

1. Evaluará el cumplimiento general de los ocho medios seleccionados.
2. Analizar las publicaciones informativas emitidas por los tres medios nacionales escogidos durante la semana del 24 al 31 de mayo 2016.
3. Publicaciones registradas en una ficha individual
4. Clasificar según el formato que corresponda.

Cómo se calculó el promedio Likert.

Escala de medición utilizada.

**Tabla 6.** En las fichas de observación, cada indicador se evalúa con una escala de 1 a 5, donde:

| Valor. | Significado. |
|--------|--------------|
|--------|--------------|

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| 1 | Muy bajo / No se cumple            |
| 2 | Bajo / cumplimiento escaso         |
| 3 | Medio / cumplimiento regular       |
| 4 | Alto / cumplimiento favorable      |
| 5 | Muy alto / cumplimiento excelente. |

Tabla 6: Escala de medición utilizada.

Elaborado por Allan Reyes

Fórmula de cálculo

El promedio de Likert se calcula con una fórmula simple:

Promedio Likert = puntaje total obtenido ÷ número total indicadores evaluados.

Desglosando cada elemento:

Puntaje total obtenido: es la suma de todas las calificaciones (1 a 5) que recibieron los indicadores en todos los contenidos analizados.

Número total de indicadores evaluados: es el resultado de multiplicar la cantidad de contenidos por la cantidad de indicadores que se evaluaron en cada uno.

Ejemplo práctico: formato imágenes.

**Tabla 7.** Tomemos el caso de Ecuavisa noticias en el formato imágenes para entender el cálculo:

| Dato                                                      | Valor                     |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------|
| Número de contenidos (publicaciones)                      | 103                       |
| Número de indicadores evaluados por contenido.            | 21                        |
| Total, de indicadores evaluados                           | $103 \times 21 = 2.163$   |
| Puntaje total obtenido (suma de todas las calificaciones) | 7.201                     |
| Promedio Likert                                           | $7.201 \div 2.163 = 3.33$ |

Tabla 7: ejemplo práctico: formato imágenes.

Elaborado por Allan Reyes

¿Qué significa este 3.33?

Que, en promedio, los 103 contenidos de Ecuavisa Noticias en formato imagen obtuvieron una calificación de 3.33 sobre 5, lo que se interpreta como un nivel “medio” de cumplimiento.

### 3.7 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Técnica principal de observación sistemática de medios y publicaciones de Instagram.

Técnica que permitirá registrar características visibles del contenido sin depender de declaraciones de participantes externos donde la observación se realizara mediante una ficha estructurada con es la de Likert, diseñada a partir de las variables, dimensiones e indicadores del marco teórico.

**Tabla 8.** *Técnica e instrumento previstos.*

| <b>Técnica</b>                               | <b>Instrumento</b>                                      | <b>Unidad de observación.</b>                                                                                   | <b>Finalidad.</b>                                                                                                                           |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Observación sistemática.</b>              | Ficha general de medios con escala de Likert.           | Ocho medios o cuentas de Instagram.                                                                             | Seleccionar los medios con mayor cumplimiento de dimensiones de storydoing y contenido informativo.                                         |
| <b>Observación sistemática de contenido.</b> | Ficha individual de publicaciones con escala de Likert. | Publicaciones informativas emitidas por Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador, La posta durante la semana observada. | Analizar cómo se manifiestan las dimensiones del estudio en cada publicación informativa, creando una ficha individual por pieza publicada. |
| <b>Análisis de contenido.</b>                | Matriz de puntuación, notas analíticas.                 | Texto, imagen, video, pie de imagen, laminas, métricas visibles, comentarios.                                   | Comparar dimensiones, formatos, medios mediante puntaje observaciones breves.                                                               |

Tabla 8: Técnica e instrumento previstos.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

### 3.8 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El instrumento principal es la ficha de observación con escala de valoración observacional, el cual se aplicará en dos niveles como una ficha general de los medios, una ficha individual por cada publicación informativa del corpus semanal donde ambos casos la escala permitirá valorar el nivel de cumplimiento de las dimensiones del estudio.

La ficha general de medios sirve para comparar ocho cuentas de Instagram justificando la selección de los medios que pasarán análisis específico mientras que la individual de contenido se aplicará a cada publicación informativa.

Manteniendo el mismo núcleo de los indicadores las fichas no crearán dimensiones nuevas, pero se ajustarán la forma de observar según el formato, ya que en el video/reel se centrará en el movimiento, audio, subtítulos, ritmo, cierre; en fotografía con pie de imagen, se revisará la relación entre imagen, texto, contexto; el carrusel se valorará la secuencia de láminas, progresión del tema con su cierre informativo.

**Tabla 9.** Instrumentos de investigación.

| <b>Instrumento</b>                                                     | <b>Unidad de aplicación</b>                                                                    | <b>Uso dentro del estudio.</b>                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ficha general de medios con escala de Likert.</b>                   | Ocho medios o cuentas de Instagram.                                                            | Permitirá seleccionar los medios con mayor cumplimiento de las dimensiones de storydoing y contenido informativo. |
| <b>Ficha individual de contenido por formato con escala de Likert.</b> | Cada publicación informativa emitida por los medios seleccionados durante la semana observada. | Permitirá valorar cada pieza según el formato real en el que aparezca.                                            |
| <b>Matriz de puntuación.</b>                                           | Resultados de las fichas aplicadas.                                                            | Organizar puntajes, calcular promedios, comparar medios, formatos, dimensiones.                                   |

Tabla 9: Instrumentos de investigación.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

### 3.9 POBLACIÓN

La población estará conformada por medios o cuentas ecuatorianas de Instagram que publiquen contenido informativo, que se encuentran activas durante el periodo de observación con la unidad principal de analizar el contenido informativo publicado en Instagram, debido a que la investigación se centrará únicamente en fichas de observación.

No se trabajará con estudiantes como población de encuesta ni con expertos como población de entrevista dado a que la población digital se delimitará a cuentas públicas, activas, accesibles, cuyos contenidos permitan observar las dimensiones de storydoing y producción de contenido informativo digital.

Dentro de esta población se considerarán medios locales, nacionales, con el propósito de realizar una comparación inicial delineando la selección posterior de los medios que presentan mayor cumplimiento de las dimensiones del estudio.

### 3.10 MUESTRA

La muestra de la investigación es no probabilística por conveniencia intencional, debido a que las cuentas serán seleccionadas según criterios definidos por el estudio, no mediante un procedimiento aleatorio. Etikan et al (2016) sostienen que el muestreo por conveniencia permite elegir unidades accesibles que cumplen condiciones específicas establecidas por el investigador. Lo que hace en este caso la selección responderá al acceso público de las cuentas, su actividad en Instagram con finalidad informativa pertenecientes a las variables storydoing y producción de contenido informativo digital.

En la fase general se revisarán cuentas locales, nacionales con presencia en Instagram; para el análisis específico del corpus semanal se consideran únicamente tres cuentas nacionales: Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador, La Posta cuentas tomadas como muestra por cumplir criterios de selección solicitados: número significativo de seguidores, frecuencia de publicación, producción constante de contenido informativo con el alcance nacional.

Las cuentas locales o con menor actividad informativa no formarán parte del análisis específico de publicaciones, debido a que no reúnen el mismo nivel de alcance, frecuencia o producción de contenido informativo requerido para comparar de manera consistente los formatos de imagen, reel y carrusel durante el periodo de observación.

**Tabla 10.** *Criterios de selección de las cuentas consideradas en el estudio*

| <b>Cuenta<br/>seleccionada.</b> | <b>Seguidores.</b> | <b>Publicaciones.</b> | <b>Alcance.</b> | <b>Frecuencia<br/>de<br/>publicación</b> | <b>Producción de contenido informativo.</b>                             |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ecuavisa<br/>noticias.</b>   | 730mil.            | 48.067                | Nacional.       | Mínimo 10<br>contenidos<br>al día.       | Producción periodística nacional constante.                             |
| <b>Arcsa<br/>Ecuador.</b>       | 125mil.            | 6.299                 | Nacional.       | 1 contenido<br>al día.                   | Contenido institucional informativo, preventivo de<br>utilidad pública. |
| <b>La Posta.</b>                | 535mil.            | 52.104                | Nacional.       | Mínimo 10<br>contenidos<br>al día.       | Producción informativa digital frecuente.                               |

Tabla 10: Criterios de selección de las cuentas consideradas en el estudio.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Fecha de realización: 2026

Con esto el corpus específico estará conformado por las publicaciones informativas emitidas por Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador, La Posta durante la semana del 24 al 31 de mayo de 2026. Durante este periodo se registrarán los contenidos según su formato: imágenes, reels, carruseles, con el fin de comparar el nivel de cumplimiento de las dimensiones observacionales en cada tipo de publicación.

**Tabla 11.** *Distribución del corpus específico por formato mediante cuantas seleccionadas*

| <b>Formato.</b>        | <b>Ecuavisa Noticias.</b> | <b>Arcsa Ecuador.</b> | <b>La Posta.</b> | <b>Total, por formato.</b> |
|------------------------|---------------------------|-----------------------|------------------|----------------------------|
| <b>Imágenes.</b>       | 103                       | 14                    | 146              | 263                        |
| <b>Reels</b>           | 39                        | 2                     | 80               | 121                        |
| <b>Carruseles.</b>     | 8                         | 6                     | 2                | 16                         |
| <b>Total, general.</b> | 150                       | 22                    | 228              | 400                        |

Tabla 11: Distribución del corpus específico por formato mediante cuantas seleccionadas.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Fecha de realización: 2026

Poe tanto, la muestra final de análisis estará integrada por 400 publicaciones informativas distribuidas en tres formatos permitiendo comparar la producción de contenido digital y las dimensiones de storydoing entre cuentas nacionales seleccionadas.

**Tabla 12.** *Muestra y corpus digital previsto*

| <b>Fase.</b>   | <b>Unidad.</b>                 | <b>Cantidad prevista.</b> | <b>Criterio de selección.</b>                                                                         |
|----------------|--------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fase 1.</b> | Medios / cuentas de Instagram. | 8 medios.                 | Cuentas públicas, activas, informativas, comparables entre ámbito local, nacional.                    |
| <b>Fase 2.</b> | Medios seleccionados.          | 3 medios.                 | Mayor cumplimiento de dimensiones.                                                                    |
| <b>Fase 3.</b> | Publicaciones informativas.    | Cantidad variable.        | Todas las publicaciones informativas emitidas por los tres medios entre el 24 y al 31 de mayo de 2026 |

Tabla 12: Muestra y corpus digital previsto.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

**Tabla 13. Procedimiento**

| <b>Fase.</b> | <b>Actividad prevista.</b>                                                   | <b>Producto esperado.</b>                           |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>1</b>     | Revisar objetitos, variables, dimensiones e indicadores.                     | Criterios de observación alineados con el estudio.  |
| <b>2</b>     | Aplicar la ficha general a ocho medios de Instagram.                         | Matriz comparativa de cumplimiento general.         |
| <b>3</b>     | Seleccionar los tres medios con mayor cumplimiento.                          |                                                     |
| <b>4</b>     | Registrará publicaciones informativas entre el 24 al 31 de mayo de 2026.     | Listado de corpus semanal                           |
| <b>5</b>     | Aplicar una ficha individual con escala de Likert a cada publicación.        | Puntaje por publicación, dimensión, medio, formato. |
| <b>6</b>     | Organizar los datos, calcular promedios descriptivos.                        | Resultados comparables.                             |
| <b>7</b>     | Interpretar hallazgos según el marco teórico y la pregunta de investigación. | Explicación académica del fenómeno observado.       |

Tabla 13: Procedimiento.

Realizado por Allan Sebastian Reyes Vega

Flecha de realización: 2026

## 4. RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

Aceptando el desarrollo de los resultados con base en la ficha de observación aplicada a publicaciones de Instagram en los formatos de fotografías con pie de imagen, reels y carruseles, se responde a la pregunta general con los objetivos específicos en una lectura de ¿Cómo se manifiestan las estrategias de storydoing en la producción de contenido informativo digital dirigido a la generación z en Instagram durante 2026?

Las estrategias de storydoing se manifiestan en la producción de contenido informativo digital cuando las publicaciones convierten la información en una experiencia visual, verificable, potencialmente participativa. En la ficha de observación, esta manifestación se identifica mediante dimensiones como narrativa visual participativa, acción demostrada, registro visual, secuencia y causalidad, autenticidad percibida, simbología propia, atención complementaria y el arco tripartito articulándose con las dimensiones de la producción informativa permitiendo observar cómo la imagen, el video, el carrusel, el texto con el pie de publicación organizan la información para hacerla comprensible visualmente dentro de Instagram.

Como resultados el storydoing aparece como un conjunto de señales observables dentro de cada formato. En fotografías con pie de imagen se manifiesta principalmente por el registro visual, la acción demostrada, la simbología propia, la claridad del mensaje; mientras los reels se manifiestan con mayor fuerza por el movimiento, la demostración, la secuencia audiovisual, la atención con la memorabilidad y por último en los carruseles se manifestaron mediante la organización progresiva de láminas, la continuidad narrativa, el desafío explícito, la secuencia casual con la posibilidad de recorrer la información de manera ordenada.

**Tabla 14.** Manifestaciones del storydoing y la producción de contenido informativo digital por formato

| Variable          | Dimensiones observadas           | Fotografías con pie de imagen | Reels         | Carruseles.    | Manifestación en la producción informativa.                                                                                           |
|-------------------|----------------------------------|-------------------------------|---------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Storydoing</b> | Narrativa visual participativa   | 100% Muy alto                 | 100% Muy alto | 100% Muy alto  | Se manifiesta cuando el contenido organiza el hecho con imagen, video o secuencia visual que permite entender y responder al mensaje. |
| <b>Storydoing</b> | Participación activa del usuario | 20 % Muy bajo                 | 20 % Muy bajo | 20 % Muy bajo  | Se manifiesta bajo porque la ficha solo registra interacción visible, sin acceso a respuestas profundas ni edad de usuario            |
| <b>Storydoing</b> | Llamados a la acción             | 37.5% Bajo                    | 60% Medio     | 29.4% Muy bajo | Aparece de forma irregular; se evidencia más en reels por invitaciones a comentar, compartir o atender el mensaje.                    |
| <b>Storydoing</b> | Autenticidad percibida           | 97.6% Muy alto                | 100% Muy alto | 100% Muy alto  | Se expresa por coherencia entre imagen, texto, fuente, tono y finalidad informativa.                                                  |
| <b>Storydoing</b> | Continuidad narrativa            | 76.1% Alto                    | 100% Muy alto | 100% Muy alto  | Se fortalece cuando los contenidos forman parte de seguimiento, cobertura, serio o temas recurrentes.                                 |

|                   |                                        |             |     |               |           |     |                                                                                                                                      |
|-------------------|----------------------------------------|-------------|-----|---------------|-----------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Storydoing</b> | Presencia del emisor en la experiencia | 24.1% bajo  | Muy | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | Es más visible cuando la cuenta asume el relato, usa voz institucional, diseño propio o presencia comunicativa dentro del contenido. |
| <b>Storydoing</b> | Acción demostrada                      | 100% alto   | Muy | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | Se manifiesta mediante hechos, escenarios, evidencias, procedimientos o situaciones reales que sostienen lo informado.               |
| <b>Storydoing</b> | Registro visual                        | 100% alto   | Muy | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | La imagen o video funciona como soporte de comprensión y evidencia visual del tema.                                                  |
| <b>Storydoing</b> | Demanda social y necesidad informativa | 62.2% Medio |     | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | Se observa cuando el contenido aborda salud, seguridad, ciudadanía, servicios, ambiente o temas de interés social.                   |
| <b>Storydoing</b> | Desafío explícito                      | 50.4% Bajo  |     | 60% Medio     | 100% alto | Muy | El problema, riesgo o alerta se presenta con más fuerza en carruseles porque el formato permite desarrollar contexto.                |
| <b>Storydoing</b> | Simbología propia                      | 100% alto   | Muy | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | Se evidencia por uso de logos, estilos gráficos, colores, encuadres, tono y recursos visuales reconocibles.                          |
| <b>Storydoing</b> | Secuencia y causalidad                 | 83.7% Alto  |     | 100% Muy alto | 100% alto | Muy | Cuando la publicación ordena causa, desarrollo y consecuencia del hecho informativo.                                                 |

|                                                    |                             |       |          |      |          |      |          |                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------|-----------------------------|-------|----------|------|----------|------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Storydoing</b>                                  | Atención complementaria     | 78.4% | Alto     | 100% | Muy alto | 100% | Muy alto | Expresada mediante titulares, imagen, ritmo visual o primeras líneas que detienen la atención del usuario.                         |
| <b>Storydoing</b>                                  | Memorabilidad               | 20%   | Muy bajo | 100% | Muy alto | 100% | Muy alto | Es alta en formatos con secuencias o movimiento, pero baja en imagen estática cuando no deja frase, dato o aprendizaje recordable. |
| <b>Storydoing</b>                                  | Arco tripartito             | 43%   | Bajo     | 100% | Muy alto | 100% | Muy alto | Se observa cuando el mensaje presenta contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación.                                  |
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Claridad y comprensibilidad | 100%  | Muy alto | 100% | Muy alto | 100% | Muy alto | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central visible, imagen pertinente y orden textual.                   |
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Formato multimedia          | 100%  | Muy alto | 100% | Muy alto | 100% | Muy alto | La relación entre imagen, texto, video, diseño o secuencia ayuda a explicar el contenido.                                          |

|                                                    |                               |      |                |                  |              |     |                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------|-------------------------------|------|----------------|------------------|--------------|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Veracidad exactitud percibida | o    | 52.6%<br>Medio | 100%<br>Muy alto | 100%<br>alto | Muy | Se expresa mediante fuentes, datos, instituciones, contexto verificables o coherencia entre imagen y texto.       |
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Relevancia utilidad personal  | y    | 52.7%<br>Medio | 100%<br>Muy alto | 100%<br>alto | Muy | El contenido aporta utilidad cuando responde a dudas, problemas cotidianos, servicios o necesidades informativas. |
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Accesibilidad inclusión       | e    | 84% Alto       | 100%<br>Muy alto | 100%<br>alto | Muy | Observada en la legibilidad, contraste, subtítulos, lectura móvil, orden y facilidad de comprensión.              |
| <b>Producción de contenido informativo digital</b> | Neutralidad ausencia sesgo    | o de | 67.4%<br>Medio | 100%<br>Muy alto | 100%<br>alto | Muy | Manifiesta cuando se distinguen datos, opiniones y recomendaciones evitando exageraciones o sesgo evidente.       |

Tabla 19: Escala de medición utilizada.

Elaborado por Allan Reyes

La tabla evidencia que las manifestaciones más fuertes del storydoing se concentran en dimensiones visuales y demostrativas. En los tres formatos destacan narrativa visual participativa, acción demostrada, registro visual, simbología propia, con porcentajes altos o muy altos, lo que indica que las publicaciones producen sentido principalmente mediante recursos visuales, hechos observables, identidad gráfica, organización del mensaje. Pero la participación activa del usuario se mantiene baja en todos los formatos porque la ficha solo registra lo visible públicamente sin permitir conocer la calidad interna de la interacción ni la edad de quienes participan.

Al relacionar el storydoing con producción informativa, se observa que los reels y carruseles presentan mayor nivel de cumplimiento permitiendo desarrollar, causalidad, desafío explícito, memorabilidad y arco tripartito. Las fotografías con pie de imagen también cumplen funciones informativas, pero su manifestación del storydoing es más limitada en dimensiones que requieren desarrollo narrativo, cierre, recordación o interacción activa. Por esta razón el resultado general permite responder que el storydoing se manifiesta de forma más completa en formatos con movimiento o secuencias, mientras que en imágenes estáticas se manifiesta de manera más visual que narrativa.

**Tabla 15.** Para un mayor entendimiento de manera simplificada y síntesis se presenta una de resumen

| <b>Formato</b>                       | <b>Variable analizada</b>                   | <b>Porcentaje de cumplimiento</b> | <b>Nivel</b> | <b>Lectura del resultado</b>                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fotografías con pie de imagen</b> | Storydoing                                  | 66.3%                             | Alto / medio | Manifiesta con fuerza acción demostrada, registro visual, simbología y claridad, pero presenta debilidad en participación activa, memorabilidad y arco tripartito. |
| <b>Fotografías con pie de imagen</b> | Producción de contenido informativo digital | 76.1%                             | Alto         | El formato permite claridad y relación imagen-texto, aunque la veracidad, relevancia y neutralidad son menos uniformes.                                            |
| <b>Reels</b>                         | Storydoing                                  | 86.7%%                            | Muy alto     | Se manifiesta mediante movimiento, acción, secuencia, atención, memorabilidad y estructura narrativa más completa                                                  |
| <b>Reels</b>                         | Producción de contenido informativo digital | 100%                              | Muy alto     | Integra claridad, formato audiovisual, veracidad, relevancia, accesibilidad y neutralidad de manera consistente en la ficha.                                       |
| <b>Carruseles</b>                    | Storydoing                                  | 90%                               | Muy alto     | Se manifiesta por secuencia, causalidad, desafío explícito, continuidad narrativa, registro visual y arco tripartito.                                              |
| <b>Carruseles</b>                    | Producción de contenido informativo digital | 100%                              | Muy alto     | Presenta condiciones fuertes para explicar, ordenar y validar información mediante láminas y lectura progresiva.                                                   |

Tabla 20: Escala de medición utilizada.

Elaborado por Allan Reyes

Las principales estrategias de storydoing se identifican en la ficha a partir de las dimensiones que presentan mayor cumplimiento, además de cumplir una función directa dentro de la producción del contenido informativo. Siendo identificadas en la manera en que se aplican al organizar el mensaje, mostrar evidencias, sostener la atención, desarrollar una secuencia, hacer visible la acción facilitando que la publicación sea comprendida dentro de Instagram. Para esto identificar las principales estrategias de storydoing aplicadas en la producción de contenido informativo digital en Instagram dirigidas a la generación z se basan en:

**Tabla 16.** Estrategias principales identificadas y formada de aplicación en la producción de contenido informativo

| <b>Estrategias identificadas.</b>      | <b>Aplicación en la producción informativa</b>                                                                               | <b>Resultado por formato</b>                   | <b>Interpretación</b>                                              |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Narrativa visual participativa.</b> | Organiza el hecho informativo mediante imagen, video o secuencia para facilitar comprensión y posible respuesta del usuario. | Fotografías 100%; reels 100%; carruseles 100%  | Estrategia transversal presente en todos los formatos.             |
| <b>Acción demostrada.</b>              | Muestra hechos, escenarios, procedimientos, evidencias o situaciones reales que respaldan el mensaje.                        | Fotografías 100%; reels 100%; carruseles 100%  | Es una de las manifestaciones más fuertes del storydoing.          |
| <b>Registro visual</b>                 | Convierte la imagen o el video en soporte de evidencia y comprensión del contenido informativo                               | Fotografías 100%; reels 100%; carruseles 100%  | Permite que el contenido no dependa únicamente del texto.          |
| <b>Simbología propia</b>               | Utiliza estilo gráfico, logo, colores, tono visual o identidad de la cuenta para reforzar reconocimiento y credibilidad.     | Fotografías 100%; reels 100%; carruseles 100%  | Aporta identidad comunicativa al medio o cuenta observada.         |
| <b>Secuencia y casualidad</b>          | Ordena el contenido con contexto, desarrollo y consecuencia del hecho informativo.                                           | Fotografías 83.7%; reels 100%; carruseles 100% | Se fortalece en reels y carruseles por su capacidad de desarrollo. |
| <b>Atención complementaria</b>         | Usa titulares, primera línea, ritmo visual o impacto moderado para detener el desplazamiento rápido del usuario.             | Fotografías 78.4%; reels 100%; carruseles 100% | Conecta con la lógica de consumo rápido de Instagram.              |

|                                   |                                                                                   |                                                |                                                                             |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autenticidad<br/>percibida</b> | Presenta coherencia entre imagen, texto, tono, evidencia y finalidad informativa. | Fotografías 97.6%; reels 100%; carruseles 100% | Refuerza confianza y distancia el contenido de la simple apariencia visual. |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|

Tabla 21: Escala de medición utilizada.

Elaborado por Allan Reyes

El resultado del objetivo específico 1 permite afirmar que las estrategias más constantes son aquellas que convierten la información en experiencia visual, demostrativa. La acción demostrada, el registro visual, la narrativa visual participativa, la simbología propia se cumplen de forma fuerte en los tres formatos, mientras que la secuencia, la atención, la autenticidad refuerzan la organización del mensaje.

En cambio, puntos como participación activa, llamados a la acción y memorabilidad presentan debilidades en algunos formatos, sobre todo en fotografías con pie de imagen, porque no siempre el contenido invita de manera directa a comentar, guardar, compartir o recordar una enseñanza concreta para definir de qué manera se manifiestan en los distintos formatos.

### **Manifestación del storydoing según formato de publicación.**

- Storydoing manifestado en fotografías con pie de imagen.

En las fotografías con pie de imagen, el storydoing se manifiesta principalmente en la fuerza visual del contenido con la relación entre imagen, titular o pie de publicación, junto a esto las dimensiones con mayor cumplimiento son narrativa visual participativa, acción demostrada, registro visual y simbología propia, todas con 100%, añadiendo que la autenticidad percibida con 97.6% indicando que el formato de imagen funciona como evidencia visual siendo puerta de entrada al mensaje informativo, aunque presenta limitaciones para desarrollar participación activa, memorabilidad o arco tripartito.

- Storydoing manifestado en reels.

En los reels, el storydoing se manifiesta con mayor fuerza porque el formato permite integrar movimiento, sonido, texto, ritmo, explicación con evidencia visuales siguiendo las dimensiones de continuidad narrativa, acción demostrada, registro visual, secuencia y causalidad, atención complementaria, memorabilidad, arco tripartito alcanzando niveles muy altos, lo que demuestra que el video corto facilita transformar la información en una experiencia dinámica. Resultando así adecuado para explicar hechos, mostrar escenarios, ordenar causas y consecuencias o presentar acciones de manera más cercana a las formas de consumo digital asociadas a publicaciones jóvenes.

Aunque los reels presentan alto cumplimiento en casi todas las dimensiones, la participación activa del usuario se mantiene baja porque la ficha no permite saber si los comentarios o reacciones provienen específicamente de generación z ni si representan

comprensión profunda. Aun así, desde el punto de vista del contenido, el reel reúne condiciones fuertes para activar atención, comprensión, recordación, circulación social del mensaje informativo.

- Storydoing manifestado en carruseles.

En los carruseles, el storydoing se manifiesta mediante la secuencia de láminas, el recorrido progresivo de la información favorece el desarrollo del formato puesto la presentación de datos, la organización de causas, la explicación por partes, el cierre del mensaje formar parte de las dimensiones como desafío explícito, secuencia y casualidad, continuidad narrativa, arco tripartito, atención complementaria y memorabilidad alcanzan niveles muy altos.

El carrusel es el formato que mejor permite estructurar una experiencia informativa sin depender únicamente del texto del pie de publicación, cada lámina puede cumplir una función dentro del relato tomando sentido a manifestarse como una estrategia sólida storydoing porque convierte la lectura en un desplazamiento visual donde el usuario recorre la información, identificando el problema, observa evidencias y llega a una conclusión o recomendación pero con su principal debilidad, al igual que en los demás formatos, está en la baja participación activa visible y en la irregular presencia de llamados a la acción.

Al momento de relacionar el objetivo número 3 que se trata de describir las características de la producción de contenido digital considerando claridad, veracidad, relevancia y accesibilidad en Instagram. Se describen a partir de las dimensiones de la ficha vinculadas con claridad y comprensibilidad, veracidad o exactitud percibida, relevancia y utilidad personal, accesibilidad e inclusión, donde las dimensiones permiten observar la calidad informativa de las publicaciones de manera en cómo están organizadas para ser entendidas, si muestra señales de confiabilidad, si responde a una necesidad informativa y si puede consumirse con facilidad desde dispositivos móviles.

**Tabla 17.** Características de producción informativa digital por formato

| Característica                        | Fotografía        | reels         | carruseles    | Resultado principal                                   | Interpretación                                                                                                    |
|---------------------------------------|-------------------|---------------|---------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       | con pie de imagen |               |               |                                                       |                                                                                                                   |
| <b>Claridad y comprensibilidad</b>    | 100% Muy alto     | 100% Muy alto | 100% Muy alto | Cumplimiento muy alto en los tres formatos.           | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central visible, imagen pertinente y orden textual.  |
| <b>Veracidad exactitud percibida</b>  | 52.6% Medio       | 100% Muy alto | 100% Muy alto | Alta en reels y carruseles; media en fotografías.     | Se expresa mediante fuentes, datos, instituciones, contexto verificable o coherencia entre imagen y texto.        |
| <b>Relevancia y utilidad personal</b> | 52.7% Medio       | 100% Muy alto | 100% Muy alto | Alto en reels y carruseles; media en fotografías.     | El contenido aporta utilidad cuando responde a dudas, problemas cotidianos, servicios o necesidades informativas. |
| <b>Accesibilidad e inclusión</b>      | 84% Alto          | 100% Muy alto | 100% Muy alto | Muy alto en reels y carruseles; alta en fotográficas. | Se observa en legibilidad contraste, subtítulos, lectura móvil, orden y facilidad de comprensión.                 |

La claridad y comprensibilidad presentan cumplimiento muy alto en los tres formatos, lo que indica que los contenidos observados logran expresar una idea central de forma directa y visualmente reconocible, la accesibilidad también obtiene niveles altos, especialmente en reels, carruseles, porque estos formatos permiten organizar mejor la información mediante subtítulos, secuencias, contraste visual o lectura progresiva demostrando que la producción informativa en Instagram se adapta a un consumo móvil, breve y visual.

La veracidad y la relevancia muestran diferencias importantes entre formatos, en reels y carruseles alcanzan cumplimiento muy alto porque estos formatos permiten contextualizar, mostrar evidencias, desarrollar explicaciones y ordenar datos. En fotografías con pie de foto, puede limitar la profundidad de fuentes, contexto o utilidad práctica, por lo tanto, las características de producción informativa digital se fortalecen cuando el formato permite ampliar la explicación sin saturar al usuario.

**Tabla 18.** Entrevista a experto- WINSTON RUDY ROSALES FIGUEROA Diario Super

| Variable                                        | Pregunta                                                                                                                                 | Respuesta del experto                                                                                                                                                                                                                            | Observación analítica.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Storydoing contenido informativo digital</b> | y ¿qué características debe tener un contenido informativo para generar claridad, confianza e interacción en audiencias jóvenes?         | Para que sea claro debe usar lenguaje adaptado al público al que dirige el contenido y debe tener recursos que enriquezcan la experiencia. Para que se confiable se debe indicar la fuente de donde se obtienen los datos expuestos.             | La respuesta relaciona el storydoing con autenticidad percibida, evidencia visual con claridad informativa. La interacción se presenta con lenguaje comprensible, recursos que mejoren la experiencia y fuentes que sostengan la confianza del mensaje.                                |
| <b>Storydoing formato publicación</b>           | y ¿Qué formato considera más efectivo para presentar contenido informativo que puede captar la atención de la generación Z en Instagram? | De acuerdo a mi experiencia el carrusel. Obviamente dependerá el formato que cada empresa tiene, pero su mayoría se utilizan con frases cortas que resumen el contenido y se aprovecha la colocación de imágenes. Más fácil de entender un tema. | El carrusel se vincula con narrativa visual participativa, secuencia y causalidad, porque organiza la información por partes, usa frases breves y combina imagen con texto. Esta estructura puede favorecer comprensión, guardado o compartido del contenido por utilidad informativa. |
| <b>Contenido informativo digital</b>            | ¿Qué importancia tiene la veracidad, la claridad y la evidencia visual para que una                                                      | Pues todas son importantes. Indistintamente donde sea difundido un contenido, en este deben primar los                                                                                                                                           | La respuesta permite interpretar que las redes sociales no eliminan los criterios periodísticos. La claridad, la veracidad y la                                                                                                                                                        |

|                                           |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           | publicación informativa pueda generar aceptación o interacción?                                                                | principios básicos del que hacer predio distico. Las redes sociales son una plataforma que presenta una oportunidad de mostrar contenidos más enriquecedores.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | evidencia visual fortalecen la calidad de contenido y pueden convertir la publicación en una experiencia informativa más confiable.                                                                                                                                                                              |
| <b>Generación z y consumo digital</b>     | ¿Cómo consume información en redes sociales la generación z y qué tipo de contenido puede favorecer su atención e interacción? | La generación z consume contenido de corto tiempo, si de video hablamos, ellos han reemplazado los buscadores por plataformas sociales como Tik Tok o Instagram, donde la experiencia es más entretenida. Seguimos por la línea de contenido breve pero que también sea una especie de personalizado, esto entiendo con el que ellos se sienten identificados. Aunque también es cierto que consumen noticias que no tengan un estilo tan rígido, sino que sea más informal. | La respuesta relaciona la generación z con consumo breve, visual, social, entretenido y menos rígido que en términos de storydoing se conecta con atención complementaria, formato multimedia, memorabilidad y pertinencia, debido a que el contenido debe captar rápido, ser cercano y permitir identificación. |
| <b>Generación z e interacción visible</b> | ¿Qué elementos hacen que la generación Z comente, comparta                                                                     | Generalmente comentan cuando son contenidos llenos de humor, presentados de forma dinámica y entretenidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | El experto enfatiza principalmente la dinámica del comentario por ende los comentarios pueden relacionarse con                                                                                                                                                                                                   |

|                                                    |                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| o guarde una publicación informativa en Instagram? | contenidos dinámicos, entretenidos y con humor. Pero la respuesta no permite afirmar directamente qué elementos generan compartidos o guardados, por lo que estos indicadores deben analizarse con cautela. |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tabla 23: Escala de medición utilizada.

Elaborado por Allan Reyes

Complementando el resultado de la ficha de observación para responder el objetivo específico 2 que se trata de analizar las relaciones entre estrategias de storydoing y las dinámicas de interacción de la generación Z en Instagram, expresadas en likes, comentarios y compartidos. La entrevista al experto se identifica que esta relación no debe entenderse como una asociación entre las características del contenido las formas de respuestas que pueden generarse dentro de la plataforma. El experto señala que el contenido informativo debe utilizar un lenguaje adaptado al público, recursos que enriquezcan la experiencia con fuentes visibles vinculando así el storydoing con la autenticidad percibida, la evidencia visual con la confianza informativa.

Relacionando los formatos se reconoce que el carrusel como una opción efectiva porque permite utilizar diapositivas con frases cortas, resumir el contenido y apoyar la información con imágenes. Permitiendo interpretar que el carrusel favorece la manifestación del storydoing cuando organiza la información de manera secuencial, visual y comprensible.

Respecto a las dinámicas de interacción, la entrevista permite sostener que la generación Z se relaciona con contenidos breves, personalizados, entretenidos e informales, especialmente en plataformas como TikTok e Instagram. Siendo importante información ya que aporta una base contextual para interpretar que los likes pueden asociarse con una recepción rápida y positiva del contenido, los comentarios con contenidos dinámicos, entretenidos o con humor, y los compartidos con publicaciones que resultan claras, útiles o confiables. Estos vínculos deben expresarse como interpretación cualitativa y no como comprobación estadística.

El resultado más sólido de la entrevista se relaciona con los comentarios, puesto que el experto afirma que la generación Z generalmente comenta cuando los contenidos están llenos de humor, son dinámicos y entretenidos. Por lo que el análisis del objetivo específico 2 es que los comentarios pueden interpretarse como una señal de participación visible cuando el contenido informativo incorpora atención complementaria, memorabilidad, lenguaje informal con recursos narrativos cercanos. Aunque no se puede determinar con exactitud qué motivaciones generan cada una de esas acciones.

En síntesis, se responde de manera parcial y contextual que la entrevista permite explicar que las estrategias de storydoing pueden relacionarse con las dinámicas de interacción cuando el contenido informativo combina claridad, veracidad, evidencia visual, brevedad,

dinamismo, entretenimiento y cercanía con la audiencia joven. Pero las métricas visuales en Instagram no permiten asegurar que los likes, comentarios y compartidos pertenezcan exclusivamente a usuarios de la generación Z, debido a que la plataforma no muestra públicamente la edad de quienes interactúan. Por ende, el análisis debe afirmar que existe una relación interpretativa entre las estrategias observadas y las dinámicas visibles de interacción, pero no una prueba definitiva de comportamiento exclusivo de la generación Z.

El análisis de resultados se desarrolla a partir de la ficha de observación a los contenidos informativos publicados en Instagram, por Ecuavisa Noticias, Arcsa Ecuador y La Posta durante el periodo comprendido entre el 24 de mayo al 31 de mayo de 2026 correspondiente a las unidades de análisis a cada publicación informativa registrada en formato de imagen con pie de foto, reel o carrusel. Manteniendo coherencia con la pregunta de investigación, orientada a conocer cómo se manifiestan las estrategias de storydoing en la producción de contenido informativo digital en Instagram.

## 4.2 ANÁLISIS GENERAL PARA ENTENDIMIENTO DE LOS RESULTADOS

El corpus final queda conformado por 400 publicaciones informativas distribuidas en tres formatos: Las imágenes con pie de foto representaron el mayor volumen de contenidos observados, seguidas por los reels, los carruseles. Lo cual la distribución permite comparar cómo cambia el cumplimiento de las dimensiones cuando el mensaje se presenta de forma estática, audio visual o secuencial. En la siguiente matriz general se presenta los resultados.

Matriz general completa: síntesis global de resultados.

**Tabla 19.** Esta tabla final consolida resultados de los tres formatos para ofrecer una visión general del desempeño comunicativo de los medios analizados

| Formato                       | N. de Contenidos | Puntaje total | Indicadores válidos | Promedio Likert | Nivel    | Interpretación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------|------------------|---------------|---------------------|-----------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Carrusel</b>               | 16               | 1560          | 336                 | 4.64            | Muy alto | Formato más efectivo: excelente para explicar, educar y secuenciar información. Su principal debilidad es la falta de llamado a la acción.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Reels</b>                  | 121              | 11501         | 2541                | 4.53            | Muy alto | Formato más atractivo y dinámico: Ideal para captar atención y contar historias. Muy completo y memorable                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Imagen con pie de foto</b> | 263              | 19093         | 5523                | 3.46            | Alto     | Formato más común, pero menos efectivo: es claro y directo, pero carece de profundidad narrativa e interactividad. Es el formato que más evidencia sesgos y falta de veracidad.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Síntesis global</b>        | 400              | 32154         | 8400                | 3.83            | alto     | Cumplimiento favorable general: los medios analizados son competentes en la comunicación digital, con una fuerte apuesta por lo audiovisual (reels y carrusel). La debilidad transversal en todos los formatos es la falta de interacción con la audiencia y la neutralidad informativa. Los formatos dinámicos (carrusel y reels) son los que mejor desempeño tienen, mientras que el formato estático (imagen) queda relegado a un cumplimiento más básico. |

Tabla 19: Matriz general completa: Síntesis global de resultados.

Elaborado por Allan Reyes.

**Tabla 20.** *Matriz general completa: síntesis global*

| <b>Formato</b>            | <b>Contenidos<br/>(A)</b> | <b>Indicadores por<br/>contenido (B)</b> | <b>Total,<br/>indicadores<br/>(A X B)</b> | <b>Puntaje total</b> | <b>Promedio (Puntaje ÷<br/>indicadore)</b> | <b>Nivel</b> |
|---------------------------|---------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------|--------------|
| <b>Carrusel</b>           | 16                        | 21                                       | 336                                       | 1,560                | $1.560 \div 336 = 4.64$                    | Muy alto     |
| <b>Reels</b>              | 121                       | 21                                       | 2,541                                     | 11,501               | $11,501 \div 2,541 = 4,53$                 | Muy alto     |
| <b>Imágenes</b>           | 263                       | 21                                       | 5,523                                     | 19,093               | $19,093 \div 5, 523 = 3.46$                | Alto         |
| <b>Total,<br/>general</b> | 400                       | 21                                       | 8,400                                     | 32,154               | $32,125 \div 8,400 = 3.83$                 | Alto         |

Tabla 20: matriz general completa: síntesis global.

Elaborado por Allan Ryes.

1. Jerarquía de efectividad: El análisis demuestra una clara jerarquía: carrusel > Reels> Imagen. Los formatos que permiten una mayor complejidad en secuencias narrativa (carrusel) o mayor dinamismo y atractivo audiovisual (reels) son significativamente más efectivos que la imagen estática. Esto sugiere que la audiencia valora y responde mejor a contenidos que ofrecen una experiencia más inmersiva y detallada.
2. La deuda de la interacción: El hallazgo más crítico y consistente es la incapacidad de los medios para generar participación activa del usuario. A pesar de tener millones de seguidores y contar con formatos ideales para la interacción (comentarios, preguntas), los medios no están logrando construir una comunidad que dialogue. Esto convierte sus perfiles en “megáfonos” unidireccionales en lugar de “plazas” de discusión.
3. Neutralidad y credibilidad: Otra debilidad sistémica es la falta de neutralidad, los contenidos, especialmente en formato de imagen, a menudo mezclan información con opinión, lo que puede minar la confianza del lector. La falta de fuentes verificables en algunos formatos y medios agrava este problema. Esto es especialmente preocupante para medios de comunicación, cuya función principal es informar con objetividad.
4. Estrategias diferenciadas: cada medio muestra una estrategia clara:
  - La posta es el que más contenido genera (146 imágenes, 80 reels) y el que mejor aprovecha el formato reels, apostando por una comunicación ágil, directa y con alto contenido de “entretenimiento informativo”. Su promedio general es de 3.74.
  - Ecuavisa Noticias es más tradicional, con un gran volumen de contenido en formato imagen y un buen desempeño en formatos más complejos como el carrusel con promedio general de 3.79.
  - Arcsa tiene un enfoque claramente institucional y de salud pública, utilizando todos los formatos para educar y alertar, pero con una presencia mucho menor en redes. Su promedio general es de 4.40, el más alto de los tres.

### Recomendaciones globales:

- Para los medios: Es imperativo rediseñar la estrategia de interacción. Incluir preguntas abiertas al final de los posts, responder activamente a los comentarios y crear contenido que invite al debate (por ejemplo, “tú qué opinas”). También se debe reforzar la cultura de la verificación y la neutralidad, citando siempre las fuentes de la información.
- Para el análisis futuro: sería de gran valor cruzar estas métricas de calidad con las métricas de alcance e interacción reales (likes, compartidos, comentarios) para entender si un mayor cumplimiento de estos indicadores se traduce en un mejor rendimiento en la plataforma. También se podría profundizar en el análisis de los comentarios para categorizar el tipo de interacción que si se produce.

Desglose del cálculo para cada matriz.

**Tabla 21. Matriz de Imágenes**

El formato de imagen con pie de foto obtuvo un promedio general de 3,46 (alto), lo que indica un cumplimiento favorable, pero con claras oportunidades de mejora.

| <b>Medio</b>                 | <b>Contenidos<br/>(A)</b> | <b>Indicadores<br/>por<br/>contenido<br/>(B)</b> | <b>Total,<br/>indicadores<br/>(A X B)</b> | <b>Puntaje<br/>total</b> | <b>Promedio (Puntaje<br/>÷ Indicadores)</b> | <b>Nivel</b> |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------|--------------|
| <b>Ecuavisa<br/>Noticias</b> | 103                       | 21                                               | 2,163                                     | 7,201                    | $7,201 \div 2,163 = 3.33$                   | Medio        |
| <b>ARCSA</b>                 | 14                        | 21                                               | 294                                       | 1,234                    | $1,234 \div 294 = 4.20$                     | Alto         |
| <b>La Posta</b>              | 146                       | 21                                               | 3,066                                     | 10,658                   | $10,658 \div 3,066 = 3.48$                  | Alto         |
| <b>Total</b>                 | 263                       | 21                                               | 5,523                                     | 19,093                   | $19,093 \div 5,523 = 3.46$                  | Alto         |

Tabla 21: Matriz de Imágenes

Elaborado por Allan Reyes.

Fortalezas comprobadas: los tres medios demuestran habilidad para construir mensajes claros y visualmente atractivos. Destacan en “narrativa visual”, “Claridad y comprensibilidad” y “Formato multimedia”, lo que confirma que saben cómo comunicar información de forma efectiva a través de una imagen y texto breve.

Debilidades sistemáticas: el formato imagen presenta dos fallas estructurales graves:

Participación activa del usuario (promedio 1.0): ningún medio logra incentivar a comentar, preguntas o interacción significativa. La audiencia es receptora pasiva.

Neutralidad y ausencia de sesgo (promedio 1,0): hay una mezcla contante de información con opinión, lo que afecta la credibilidad y la confianza del lector.

Oportunidades de mejora:

Incluir preguntas directas al final del pie de foto para incentivar comentarios (“¿Tú qué opinas?”)

Citar explícitamente las fuentes de la información para aumentar la veracidad percibida.

Estructurar el contenido con un inicio, desarrollo y cierre (arco tripartito) para hacerlo más memorable.

Las imágenes con pie de foto son un formato competente pero limitado. Su potencial está restringido por la falta de interacción y la presencia de sesgos. Para competir con formatos más dinámicos, los medios deben transformar este formato en un vehículo de dialogo y no solo difusión.

**Tabla 22. Matriz de reels (video)**

El formato reels obtuvo un promedio general de 4.53 (muy alto), posicionándose como el formato más efectivo y completo de los tres analizados.

| <b>Medio</b>    | <b>Contenidos<br/>(A)</b> | <b>Indicadores<br/>por<br/>contenido<br/>(B)</b> | <b>Total,<br/>indicadores<br/>(A X B)</b> | <b>Puntaje<br/>total</b> | <b>Promedio<br/>(Puntaje<br/>Indicadores)<br/><math>\div</math></b> | <b>Nivel</b> |
|-----------------|---------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Ecuavisa</b> | 29                        | 21                                               | 819                                       | 3,731                    | $3,731 \div 819 = 4.56$                                             | Muy alto     |
| <b>Noticias</b> |                           |                                                  |                                           |                          |                                                                     |              |
| <b>ARCSA</b>    | 2                         | 21                                               | 42                                        | 186                      | $186 \div 42 = 4.43$                                                | Muy alto     |
| <b>La Posta</b> | 80                        | 21                                               | 1,680                                     | 7,584                    | $7,584 \div 1,680 = 4.51$                                           | Muy alto     |
| <b>Total</b>    | 121                       | 21                                               | 2,541                                     | 11,501                   | $11,501 \div 2,541 = 4.53$                                          | Muy alto     |

Tabla: Matriz de Reels

Elaborado por Allan Reyes

Fortalezas excepcionales: el formato reels destaca en prácticamente todos los indicadores, obteniendo puntuación perfectas o casi perfectas en:

- Narrativa visual participativa (5.0)
- Autenticidad percibida (5.0)
- Continuidad narrativa (5.0)
- Acción demostrada y registro visual (5.0)
- Demanda social y necesidad informativa (5.0)
- Simbología propia y secuencia y casualidad (5.0)
- Arco tripartito y memorabilidad (5.0)

Ventajas del formato: el video corto permite:

- Muestra evidencia visual de forma dinámica y atractiva.
- Construir una historia con inicio, desarrollo y cierre en menos de 60s
- Utilizar audio, voz, música y texto en pantalla simultáneamente, haciendo el mensaje más accesible.
- Dejar un mensaje memorable gracias a la combinación de elementos audiovisuales.
- Identificar claramente el emisor (periodista, narrador o institución)

Debilidad persistente: al igual que en el formato imagen, la participación activa del usuario (promedio 1.0) sigue siendo el punto más bajo. A pesar de que el formato invita a la interacción (comentarios, preguntas), los medios no están logrando que los usuarios participen activamente. El reels se consume, pero no se conversa.

Estrategias diferenciadas: cada medio aprovecha el formato de manera distinta:

- La posta lo usa como su principal herramienta de comunicación, con un enfoque ágil, directo y con alto contenido de “entretenimiento informativo”
- Ecuavisa noticias lo utiliza para cubrir noticias de última hora y temas de actualidad con un enfoque más tradicional y periodístico.
- Arcsa lo emplea para campañas de salud y concientización, priorizando la claridad y el mensaje educativo.
- El formato reels es el “rey” de la comunicación informativa en Instagram, su naturaleza audiovisual, dinámica y narrativa lo hacen superior para captar la atención y transmitir información compleja de forma clara y memorable. Sin

embargo, su principal desafío es transformar esa alta capacidad de visualización en una comunidad activa que comentan, pregunte debata.

**Tabla 23. Matriz de carrusel**

El formato carrusel obtuvo el promedio más alto de todos 4.64 (muy alto), consolidándose como el más efectivo para la explicación y el análisis detallado.

| <b>Medio</b>                 | <b>Contenidos<br/>(A)</b> | <b>Indicadores<br/>por<br/>contenido<br/>(B)</b> | <b>Total,<br/>indicadores<br/>(A X B)</b> | <b>Puntaje<br/>total</b> | <b>Promedio (Puntaje ÷ Indicadores)</b> | <b>Nivel</b> |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------|--------------|
| <b>Ecuavisa<br/>Noticias</b> | 8                         | 21                                               | 168                                       | 776                      | $776 \div 168 = 4.62$                   | Muy alto     |
| <b>ARCSA</b>                 | 6                         | 21                                               | 126                                       | 582                      | $582 \div 126 = 4.62$                   | Muy alto     |
| <b>La Posta</b>              | 2                         | 21                                               | 42                                        | 202                      | $202 \div 42 = 4.81$                    | Muy alto     |
| <b>Total</b>                 | 16                        | 21                                               | 336                                       | 1,560                    | $1,560 \div 336 = 4.64$                 | Muy alto     |

Tabla 23: Matriz de Reels

Elaborado por Allan Reyes

Fortalezas estructurales: el formato carrusel es excepcional en:

- Narrativa visual participativa (5.0): invita al usuario a deslizar y continuar explorando.
- Secuencia y causalidad (5.0): permite explicar causas, consecuencias y procesos pasos a paso.
- Arco tripartito (5.0): su estructura múltiple laminas está diseñada para presentar introducción, desarrollo y cierre de forma natural.
- Acción demostrada y registro visual (5.0): puede mostrar gráficos, pasos a seguir y ejemplos de forma secuencial y detallada.
- Accesibilidad e inclusión (5.0): las láminas permiten un diseño claro con buenas legibilidades y contraste.

Debilidad en llamado a la acción: el “llamados a la acción” (promedio 1.0) es significativamente más bajo que en otros formatos. Los carruseles suelen ser informativos o educativos, y los medios no explotan el espacio del pie de foto o de la última lamina para pedir explícitamente al usuario que comente, guarde o comparta. Esto representa una oportunidad perdida para amplificar el alcance.

Oportunidades de mejora:

- Incluir un llamado a la acción claro en la última lámina (“Guarda este post para referencia”, “comparte con alguien que lo necesite”, “Déjanos tu duda en comentario”).
- Mantener la coherencia visual y el orden lógico para no saturar al lector.
- Aprovechar la estructura secuencial para crear contenido educativo y formativo, no solo informativo.
- Aprovechar la estructura secuencial para crear contenidos educativo y formativo, no solo informativo.

Uso estratégico por medio:

- Ecuavisa Noticias usa el carrusel para profundizar en noticias complejas.
- Arcsa lo convierte en una herramienta educativa y de concientización.
- La posta la utiliza para guías rápidas y listas prácticas.

El formato carrusel es el más completo para la explicación y el análisis, su estructura secuencial permite desarrollar temas complejos de forma clara, ordenada, educado a la audiencia y ofreciendo un valor añadido significativo. Su principal oportunidad de mejora es incorporar un llamado a la acción más directo al final, incentivando a la audiencia a interactuar con el contenido a seguir explorando el tema.

### **Cierre del análisis de resultados.**

La ficha de observación responde a la mayor parte de la investigación, debido a que transforma las variables centrales, storydoing y producción de contenido informativo digital, en dimensiones observables, comparables, calculables donde a partir de los formatos analizados como fotografías con pie de imagen, reels y carruseles, se evidencia que las estrategias de storydoing se manifiestan principalmente mediante la acción demostrada, el registro visual, la atención complementaria, la simbología propia, la autenticidad percibida y la narrativa visual participativas. Dichas dimensiones muestran que el contenido informativo en Instagram no solo transmite datos, sino que también organiza experiencias visuales, presenta evidencias, estructura secuencias y utiliza recursos gráficos o audiovisuales para facilitar la comprensión del mensaje.

En relación con la producción de contenido informativo digital, los resultados muestran que las publicaciones observadas presentan características asociadas con claridad, la veracidad, la relevancia, la accesibilidad, el formato multimedia y la neutralidad. Estas características permiten describir cómo se construye el contenido informativo dentro de Instagram y cómo cada formato aporta de manera distinta al proceso comunicativo. Los reels y carruseles fortalecen la explicación, la secuencia, la visualización de acciones y la organización del mensaje, mientras que la explicación, la secuencia, la visualización de acciones y la organización del mensaje, mientras que las fotografías con pie de imagen cumplen una función informativa más directa, aunque con menor profundidad narrativa cuando no integran desarrollo, cierre o llamado a la acción.

Respecto al objetivo relacionado con las dinámicas de interacción la generación z, el estudio debe sostener una postura metodológica prudente en la ficha de observación permite registrar la existencia de métricas visibles como likes, comentarios, compartidos o reproducciones, pero no permite asegurar que dichas interacciones pertenezcan exclusivamente a jóvenes de la generación z, debido a que las cuentas analizadas no son propias y forman parte de un ecosistema de plataformas sociales que no muestran

públicamente la edad de quienes interactúan. Por esta razón, las métricas visibles deben interpretarse como señales generales de interacción del contenido y no como prueba directa del comportamiento de un grupo etario específico.

La entrevista al especialista complementa esta limitación, ya que aporta interpretaciones profesionales sobre las formas en que la generación Z suele consumir e interactuar con contenidos en redes sociales. Desde la experiencia, los jóvenes prefieren contenidos con lenguaje y elementos menos rígidos. Señalando así que los comentarios suelen generarse con mayor frecuencia cuando el contenido incorpora humor, dinamismo o una presentación entretenida permitiendo la relación de estrategias de storydoing con posibles dinámicas de interacción juvenil sin afirmar de manera absoluta que todos los likes, comentarios o compartidos observados correspondan a la generación Z.

Los resultados evidencian que el storydoing se manifiesta en la producción de contenido informativo digital cuando las publicaciones muestran acciones, evidencias, recursos visuales, identidad comunicativa, llamados de atención y organización narrativa del mensaje. Donde la producción informativa digital se caracteriza por la claridad, la veracidad, la relevancia y la accesibilidad como dimensiones necesarias para que el contenido sea comprensible dentro de Instagram. Respondiendo así la pregunta central desde la observación de contenidos y se fortalece con la entrevista al experto permitiendo contextualizar la relación entre storydoing, generación Z e interacción digital sin exceder los límites de los datos obtenidos.

## 5. DISCUSIONES

### 5.1 DISCUSIÓN DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

Los resultados obtenidos mediante la ficha de observación muestran que las estrategias de storydoing se manifiestan con mayor fuerza en los formatos de carrusel alcanzando un promedio general de 4,64%, correspondiente a un nivel muy alto, mientras que los reels obtuvieron un 4,53% manteniendo un nivel muy alto. Este hallazgo coincide con Montague (2013), quien plantea que el storydoing comunica a partir de lo que se hace y muestra. En Instagram, las publicaciones convierten la información en acciones visibles que permiten comprender el mensaje. También se relaciona con Sarasqueta (2021), quien

sostiene que las audiencias actuales demandan hechos antes que discursos, especialmente en contextos digitales saturados de información.

La matizar esa relación, porque no todo contenido visual publicado en Instagram manifiesta storydoing con la misma profundidad. Las fotografías con pie de imagen alcanzaron un promedio de 3.46%, nivel alto, pero mostraron debilidades en memorabilidad, arco tripartito, llamados a la acción y participación activa. Diferenciando una lectura superficial que podría asumir que toda publicación visual es suficiente para producir experiencias o interacciones, pero la diferencia se explica por las condiciones del formato: la imagen fija permite informar de forma directa y clara, pero tiene menor capacidad para construir una secuencia completa, presentar desarrollo narrativo o sostener una experiencia progresiva. En cambio, el reel y el carrusel ofrecen más recursos para organizar el mensaje mediante movimiento, láminas, ritmos cierre y relación entre texto e imagen.

Aporta una precisión importante para el estudio del storydoing en contenidos informativos: la presencia de la estrategia no depende de la forma en que el contenido organiza visualmente la información. Las dimensiones con mayor cumplimiento, como narrativa visual participativa, acción demostrada, registro visual, simbología propia, secuencia y causalidad, autenticidad percibida y atención complementaria, evidencian que el storydoing funciona como una estructura comunicativa que convierte el dato en experiencia observable. Con el aporte es que se traslada el concepto de storydoing, usualmente trabajando desde la publicidad o la comunicación estratégica, hacia el análisis de piezas informativas publicadas en Instagram.

Relacionando así con la producción de contenido informativo digital, los resultados muestran que la claridad, el formato multimedia y la accesibilidad presentan niveles altos o muy altos en los tres formatos. Esto coincide con Mayer (2002), quien sostiene que la comprensión mejora cuando palabras e imágenes se organizan de manera coherente, y con DeLone y McLean (2003), quienes proponen evaluar la calidad de la información mediante precisión, relevancia, consistencia y utilidad, en la ficha, estas ideas se reflejan cuando los contenidos presentan títulos comprensibles, textos breves, recursos visuales pertinentes, subtítulos, secuencias o datos que facilitan la lectura móvil. Pero las dimensiones de veracidad, relevancia y neutralidad fueron más variables, especialmente en fotografías, lo cual demuestra que la estética visual permite sostener que el contenido

informativo digital debe analizarse más allá de su atractivo visual, considerando si realmente contextualiza, verifica y orienta al usuario.

## 5.2 DISCUSIÓN DE LA ENTREVISTA AL EXPERTO

La entrevista al experto complementa la lectura de los resultados, especialmente en lo relacionado con la generación Z e interacción. Puesto el especialista señaló que los jóvenes consumen contenidos breves, dinámicos, entretenidos, menos rígidos y con elementos de identificación. Este criterio coincide con los antecedentes que describen a la generación Z como una audiencia vinculada a plataformas visuales, móviles e interactivas, donde la atención se disputa mediante formatos rápidos, lenguaje cercano.

Destacando el carrusel como un formato efectivo para explicar información mediante diapositivas, frases cortas e imágenes. Este criterio coincide directamente con el resultado de la ficha de, donde el carrusel obtuvo el promedio más alto. Aunque coinciden no significa que el carrusel produzca automáticamente integración, pero sí permite interpretar que este formato ofrece mejores condiciones para ordenar ideas, resumir contenidos, facilitar la comprensión. Resumiendo, así que el carrusel transforma la lectura en un recorrido progresivo.

Respecto a las dinámicas de interacción, el experto indicó que la generación Z suele comentar con mayor frecuencia cuando los contenidos incorporan humor, dinamismo o una presentación entretenida. Permitiendo así relacionar la interacción visible con dimensiones del storydoing como atención complementaria a marcar un límite importante puesto la entrevista ofrece una interpretación profesional, no una comprobación estadística del comportamiento de los jóvenes.

## 5.3 DISCUSIÓN INTEGRADA DE LOS RESULTADOS

Al integrar la ficha de observación y la entrevista, se evidencia que las estrategias de storydoing se relacionan con la producción de contenido informativo digital cuando las publicaciones muestran acciones, evidencias, recursos visuales, secuencias, claridad y utilidad informativa. Los resultados indican que los formatos más completos son aquellos que permiten desarrollar una experiencia comunicativa. Coincidiendo con la teoría de la cultura participativa de Jenkins (2006), porque el contenido digital no se agota en la emisión del lenguaje, circulando, comentar, guardarse o compartirse dentro de una

comunidad conectada. Aparece indio como dimensión débil la participación activa, lo que permite diferenciar entre potencial interactivo y participación real observable.

El objetivo relacionado con likes, comentarios y compartidos debe interpretarse con prudencia. La ficha permite registrar métricas visibles de interacción, pero no permite asegurar que dichas acciones pertenezcan exclusivamente a usuarios de la generación Z, debido a que Instagram no muestra públicamente la edad de quienes interactúan. Por ello el análisis no afirma que las estrategias de storydoing causen interacción juvenil.

La principal contribución de esta investigación consiste en proponer una lectura observacional del storydoing aplicado al contenido informativo digital donde las dimensiones analizadas se demuestran que una publicación informativa puede manifestar storydoing cuando no solo informa mostrando orden, evidencias, contextualizar, la idea en si amplía el concepto del porque lo aleja de una visión limitada al marketing aplicada al análisis de medios, instituciones o cuentas informativas en Instagram.

Siendo así que la discusión confirma que la investigación responde a su pregunta central desde una perspectiva descriptiva, contextual e interpretativa, sin exceder de los límites de los datos obtenidos.

## 6. CONCLUSIÓN

A partir de los resultados obtenidos mediante la ficha de observación aplicada a 400 contenidos publicados en Instagram, se concluye que el storydoing se manifiesta en la producción de contenido informativo digital cuando la información se organiza como experiencia visual. El corpus analizado, los formatos con mayor capacidad de desarrollo fueron el carrusel, con un promedio de 4.64 y los reels con 4,52 ambos en nivel muy alto, mientras que las fotografía con pie de imagen alcanzaron 3.46 nivel alto, permitiendo sostener que el storydoing adquiere mayor fuerza cuando el formato permite mostrar las dimensiones observadas para sostener la atención del usuario.

En relación con el primer objetivo específico, se identificó que las principales estrategias de storydoing presentes en los contenidos informativos son la narrativa visual participativa, la acción demostrada, el registro visual, la simbología propia, la autenticidad percibida, la secuencia y causalidad con la atención complementaria, siendo estrategias que caracterizan una producción informativa en el hallazgo central que

algunos formatos logran transformar la información en una experiencia observable, especialmente cuando existe coherencia entre imagen, texto y utilidad social.

Respecto al segundo objetivo específico, los resultados permiten concluir que la relación entre estrategias de storydoing y dinámicas de interacción de la generación Z debe interpretarse con prudencia puesto la ficha de observación no permite comprobar si las acciones corresponden exclusivamente a jóvenes nacidos entre 2003 y 2006, porque Instagram no muestra públicamente la edad de quienes interactúan. Aunque la entrevista refuerza esta lectura al señalar que los jóvenes suelen responder mejor a contenidos breves y de menor rigor.

En cuanto al tercer objetivo específico, se concluye que la producción de contenido informativo digital se caracteriza principalmente por la claridad, el formato multimedia, la veracidad percibida, la relevancia, la accesibilidad y la neutralidad. Los reels y carruseles muestran mejores condiciones para explicar contextualizar información debido a que combinan texto, imagen, ritmo visual, pero presentan mayores límites cuando el tema requiere desarrollo. Evidenciando así que la calidad informativa en Instagram no depende solo de publicar contenido atractivo y es de construir un mensaje comprensible, verificable siendo útil para la audiencia.

Y como respuesta a la pregunta de investigación, se infiere que las estrategias de storydoing se manifiestan en Instagram mediante la capacidad del contenido para mostrar, demostrar, ordenar y hacer comprensible la información dentro de formatos visuales propios de la plataforma. Aportando al campo de la comunicación digital al trasladar el storydoing que usualmente es asociado con publicidad a analizar contenido informativo. Siendo su contribución proponer una lectura observacional que permite evaluar como una publicación informativa puede producir sentido, evidencia, recordación y participación potencial sin reducir el análisis a métricas de popularidad. Ofreciendo una base académica para comprender cómo los medios pueden fortalecer contenidos informativos más claros, visuales, responsables.

## 7. RECOMENDACIONES

Partiendo de los resultados, se recomienda que los medios, cuentas informativas que producen contenido en Instagram fortalezcan el uso del storydoing mediante publicaciones que no solo informen, se sugiere que prioricen formatos como reels y carruseles, debido a que permiten organizar mejor la información, presentar evidencia visuales, desarrollar se cuentas que por medio de estas acciones se deben incluir fuentes visibles, lenguaje claro, subtítulos, diseño accesible, cierre informativo para que inviten a comentar, guardar, compartir o verificar la información.

Desde el plano metodológico, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el periodo de observación, incorporen más cuentas informativas contrastando los resultados de la ficha con métricas internas o en cuentas aplicadas directamente a jóvenes de la generación Z. permitiendo analizar con mayor precisión si las interacciones visibles, como likes, comentarios, correspondan realmente a este grupo etario. También completar la ficha de observación con entrevistas a community managers, periodistas digitales o especialistas en audiencias juveniles para comprender cómo se planifican los contenidos informativos dirigidos a públicos jóvenes.

Como acción concreta y sostenible, se recomienda diseñar una guía básica de producción informativa con enfoque de storydoing para Instagram, que incluya la selección de formato adecuado según el tema, verificación de fuentes, construcción de una secuencia clara, incorporación de evidencias visual, recursos de accesibilidad y llamados a la participación donde su aplicación pueda evaluarse mediante indicadores como claridad del mensaje, nivel de interacción en una ruta práctica para mejorar la calidad dl contenido informativo digital dirigido a audiencias jóvenes.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaluisa-Rendón, P., Jordán-Buenaño, N., Arias, D., & Núñez-Torres, M. G. (2022). *Tik tok as a teaching tool: The motivation of university students in Ecuador*. En *Proceedings of the 2022 IEEE 2nd International Conference on Advanced Learning Technologies on Education and Research, ICALTER 2022*.  
<https://hdl.handle.net/20.500.14809/4155>
- ambrano Macías, J. I., & Trujillo Utreras, D. G. (2024). *Lenguaje de la Generación Z en contenidos de la red social Instagram*. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 15(Pag 2), 1–34. <https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.447>
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). *Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital*. *Comunicar*, 29(69), 79–89. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Bruner, J. (1991). *The narrative construction of reality*. *Critical Inquiry*, 18(1), 1–21.  
[https://web.english.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner\\_Narrative.pdf](https://web.english.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf)
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The basics* (2nd ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203014936>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). *Organizational information requirements, media richness and structural design*. *Management Science*, 32(5), 554–571.  
[https://www.researchgate.net/publication/227445746\\_Organizational\\_Information\\_Requirements\\_Media\\_Richness\\_and\\_Structural\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/227445746_Organizational_Information_Requirements_Media_Richness_and_Structural_Design)
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.  
<https://books.google.so/books?id=j6z-MiUKgosC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://eli.johogo.com/Class/p7.pdf>

- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- El-Astal, M., El-Youssef, H., 2025. What Is Digital Communication? Developing a Conceptual Definition of the Term. *Forum for Linguistic Studies*. 7(1): 471–479. DOI: <https://doi.org/10.30564/fls.v7i1.7766>
- enkins, H. (2007, March 21). *Transmedia storytelling 101*. Confessions of an Aca-Fan. [https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fogg, B. J. (2009). *A behavior model for persuasive design*. En *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology* (Article 40, pp. 1–7). ACM. <https://doi.org/10.1145/1541948.1541999>
- Fogg, B. J. (2009). *A behavior model for persuasive design*. *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*. [https://bjfogg.com/wp-content/uploads/2024/12/Fogg\\_Behavior\\_Model\\_phil.pdf](https://bjfogg.com/wp-content/uploads/2024/12/Fogg_Behavior_Model_phil.pdf)
- Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to stick: Why some ideas survive and others die*. Random House. <https://18636251.s21i.faiusr.com/61/ABUIABA9GAAGzcquuQYowMibkgM.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education. [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

[https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)

Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.). (2018). *Journalism, “fake news” & disinformation: Handbook for journalism education and training*. UNESCO.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Jenkins (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (P. Hermida Lazcano, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica. (Trabajo original publicado en 2006) (pág. 15) <https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (P. Hermida Lazcano, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica. (Trabajo original publicado en 2006). <https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (P. Hermida Lazcano, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica. (Trabajo original publicado en 2006)

Kemp, S. (2026). *Digital 2026: Ecuador*. DataReportal.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2026-ecuador>

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Crown Publishers.  
[https://books.google.es/books/about/The\\_Elements\\_of\\_Journalism.html?id=iMA1WhtiRBkC](https://books.google.es/books/about/The_Elements_of_Journalism.html?id=iMA1WhtiRBkC)

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). SAGE Publications [https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2020/05/content\\_analysis-krippendorff-book.pdf](https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2020/05/content_analysis-krippendorff-book.pdf)

Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*, 140, 1–55. [https://legacy.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf)

Maldonado Pérez, P. (2024). *Jóvenes y consumo de información en redes sociales: Influencers y cambios en la percepción sobre el periodismo*. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 18, e081. <https://doi.org/10.24215/18524907e081>

- Martínez-Estrella, Eva-Citlali; Samacá-Salamanca, Eliana; García-Rivero, Ainhoa; Cifuentes-Ambra, Carlos(2023). “Generation Z in Chile, Colombia, México, and Panama: Interests and new digital consumption habits. Their use of Instagram and Tiktok”. *Profesional de la información*, v. 32, n. 2, e320218.<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.18>
- Masíp, P., Díaz-Noci, J., Domingo, D., Micó-Sanz, J. L., & Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: Hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El Profesional de la Información*, 19(6), 568–576. <https://revista.profesionaldelainformación.com/index.php/EPI/article/view/epi.2010.nov.02>
- Masíp, Pere; Díaz-Noci, Javier; Domingo, David; Micó-Sanz, Josep-Lluís; Salaverría, Ramón. “Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia”. *El profesional de la información*, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 568-576. DOI: 10.3145/epi.2010.nov.02
- Mayer, R. E. (2002). Multimedia learning. *Psychology of Learning and Motivation*, 41, 85–139. [https://doi.org/10.1016/S0079-7421\(02\)80005-6](https://doi.org/10.1016/S0079-7421(02)80005-6)
- Mayer, R. E. (2024). *The past, present, and future of the cognitive theory of multimedia learning. Educational Psychology Review*, 36, Article 8. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Mayer, R. E. (2024). *The past, present, and future of the cognitive theory of multimedia learning. Educational Psychology Review*, 36, Article 8. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Mayer, R. E. (2024). *The past, present, and future of the cognitive theory of multimedia learning. Educational Psychology Review*, 36, Article 8. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Montague, T. (2013). *True story: How to combine story and action to transform your business*. Harvard Business Review Press. <https://books.google.com/books?id=wbMTAAAAQBAJ>
- Montague, T. (2013). *True story: How to combine story and action to transform your business*. Harvard Business Review Press. <https://books.google.com/books?id=wbMTAAAAQBAJ>

- NapoleonCat. (2026). *Instagram users in Ecuador: May 2026*. NapoleonCat Stats. <https://stats.napoleoncat.com/social-media-users-in-ecuador/2026/>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2025). *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
- Pew Research Center. (2025, September 25). *Social Media and News Fact Sheet*. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>
- Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Raviolo, A. (2019). Imágenes y enseñanza de la Química. Aportes de la teoría cognitiva del aprendizaje multimedia. *Educación Química*, 30(2), 114–128. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2019.2.67174> (Mayer, R. E. (2008). *Learning and instruction* (2nd ed.). Pearson Merrill Prentice Hall.)
- Rodríguez – Ríos y Lázaro Pernias (2022). Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram, (24), 57 – 88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8571980>
- Rodríguez-Ríos, A. y Lázaro Pernias, P. (2023). El storydoing como modelo innovador de comunicación publicitaria que favorece una mejora en la sociedad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (pág. 81, 171-190) <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1865>
- Rodríguez-Ríos, A. y Lázaro Pernias, P. (2023). El storydoing como modelo innovador de comunicación publicitaria que favorece una mejora en la sociedad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 171-190. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1865>

- Rodríguez-Ríos, A. y Lázaro-Pernias, P. (2022). Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram. *adComunica*, 24, 57-80.  
<http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6554>.
- Rodríguez-Ríos, A. y Lázaro-Pernias, P. (2022). Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram. *adComunica*, 24, 57-80.  
<http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6554>.
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2022). *Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram*. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 24, 57–80.  
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.6554>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2022). *Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram*. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 24, 57–80.  
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.6554>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2022). *Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram*. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 24, 57–80.  
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.6554>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2022). *Nuevas narrativas en publicidad. El storydoing como modelo de comunicación que favorece la cocreación del relato de marca entre los usuarios de Instagram*. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 24, 57–80.  
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.6554>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2023). *El storydoing como modelo innovador de comunicación publicitaria que favorece una mejora en la sociedad*.

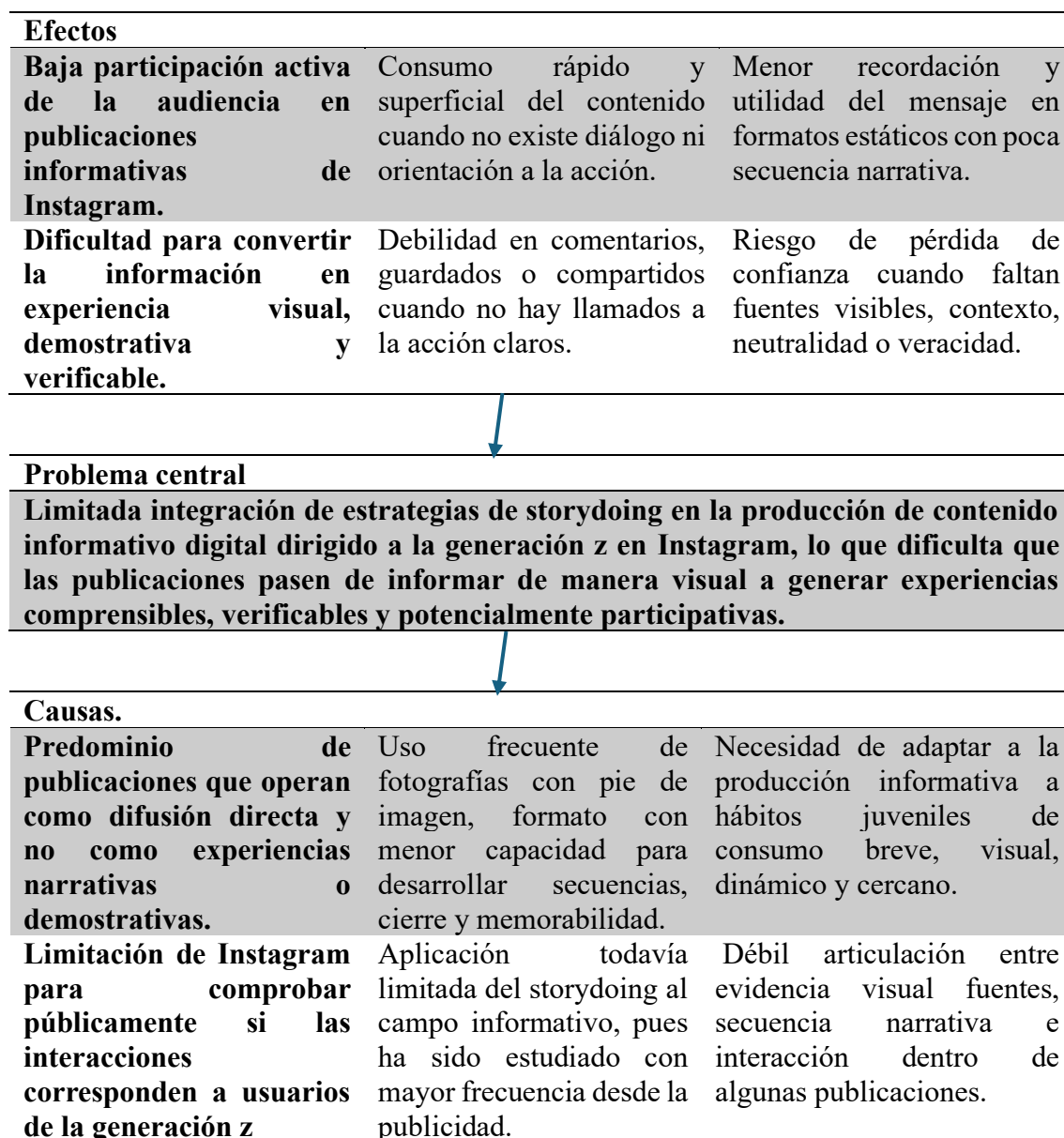
- Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 171–190.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1865>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2023). *El storydoing como modelo innovador de comunicación publicitaria que favorece una mejora en la sociedad*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 171–190.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1865>
- Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2025). “Engagement” e intención de consumo en anuncios “storydoing” y “storytelling” para Instagram. *index.comunicación*, 15(1), 207–234. <https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Engage>
- Sarasqueta, G. (2021). *Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing*. *Comunicación y Hombre*, (pág.17, 73–84) <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84>
- Sarasqueta, G. (2021). *Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing*. *Comunicación y Hombre*, 17, 73–84. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84>
- Sarasqueta, G. (2021). *Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing*. *Comunicación y Hombre*, 17, 73–84. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84>
- UNESCO. (2024). *Behind the screens: Insights from digital content creators*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000392006>
- Wang, J., Liu, Y., Li, P., Lin, Z., Sindakis, S., & Aggarwal, S. (2023). *Overview of data quality: Examining the dimensions, antecedents, and impacts of data quality*. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 472–491.  
<https://doi.org/10.1007/s13132-022-01096-6>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2002). *Relevance theory*. En L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 607–632). Blackwell.  
[https://www.dan.sperber.fr/wp-content/uploads/2004\\_wilson\\_relevance-theory.pdf](https://www.dan.sperber.fr/wp-content/uploads/2004_wilson_relevance-theory.pdf)
- World Wide Web Consortium. (2024). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)* 2.2. <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications  
[https://books.google.com.pe/books/about/Case\\_Study\\_Research\\_and\\_Applications.html?id=uX1ZDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Case_Study_Research_and_Applications.html?id=uX1ZDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Zambrano Macías, J. I., & Trujillo Utreras, D. G. (2024). *Lenguaje de la Generación Z en contenidos de la red social Instagram*. *ComHumanitas*, 15(2), 1–34.  
<https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.447>
- Zambrano Macías, J. I., & Trujillo Utreras, D. G. (2024). *Lenguaje de la Generación Z en contenidos de la red social Instagram*. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 15(2), 1–34. <https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.447>

## 9. Anexos

### 9.1 Árbol de problema.

Storydoing y producción de contenido informativo de la generación z en Instagram, 2026.



## 9.2 Matriz de validación de instrumentos.

Storydoing y producción de contenido informativo de la generación Z en Instagram, 2026

Ficha de observacional general de medios seleccionados.

|                               |                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>técnica.</b>               | <b>Observación sistemática general medios / cuentas de Instagram.</b>                                                                            |
| <b>Instrumento.</b>           | Ficha observacional general de medios seleccionados.                                                                                             |
| <b>Objetivo.</b>              | Registrar, comparar de forma general qué medios o cuentas cumplen con las dimensiones de storydoing antes de analizar publicaciones específicas. |
| <b>Unidad de observación.</b> | Medios o cuentas de Instagram seleccionadas para el estudio.                                                                                     |

Instrucciones de aplicación con escala de valorización.

La ficha se aplicará al medio o cuenta en general donde se registrarán los datos básicos de cada cuenta como: nombre, nombre de usuario, enlace, número de seguidores, números de publicaciones , ámbito local o nacional mediante a esto se revisara si la cuenta cumple con las dimensiones de storydoing y contenido informativo digital observadas en su perfil, biografía, estética, formato frecuentes, publicaciones recientes, coherencia general, la violación se expresará, mediante una escala tipo Likert de 1 a 5. Para convertir los datos ya registrados donde se utilizará la siguiente equivalencia: C=5, CP=3, NC=1, NO=no se observable.

| <b>Valor.</b> | <b>Nivel de cumplimiento.</b> | <b>Criterio de aplicación.</b>                                                          | <b>Equivalencia anterior.</b> |
|---------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>1</b>      | No cumple.                    | El indicador no aparece a su presencia es irrelevante para el medio observado           | NC                            |
| <b>2</b>      | Cumplimiento bajo             | El indicador aparece de forma mínima.                                                   | CB                            |
| <b>3</b>      | Cumplimiento medio            | El indicador aparece parcialmente, pero requiere mayor calidad, evidencia o coherencia. | CP                            |
| <b>4</b>      | Cumplimiento alto             | El indicador aparece de forma clara, aporta al sentido informativo del medio.           | CA                            |
| <b>5</b>      | Cumplimiento muy alto         | El indicador aparece de manera sólida, coherente, articulada con las                    | C                             |

|           |               |                                                              |    |
|-----------|---------------|--------------------------------------------------------------|----|
|           |               | dimensiones del estudio.                                     |    |
| <b>No</b> | NO observable | El indicador no puede verificar por falta de datos visibles. | NO |

Maggi David Xavier Docente tutor



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### Matriz de Validación de Instrumento por Juicio de Expertos

#### I. Datos del experto

Nombre del experto: Echeverria Maggi David Xavier.

Título académico:

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena Correo

electrónico: [decheverria@upse.edu.ec](mailto:decheverria@upse.edu.ec)

Fecha de evaluación: 09 de junio del 2026

#### II. Datos del instrumento

Título del instrumento: Ficha de análisis de contenido

Nombre del estudiante: Allan Sebastian Reyes Vega

Variable(s) evaluadas: Storydoing y contenido informativo

Población objetivo: Contenidos informativos a través de las plataformas digitales del medio

Número de ítems: 21

#### III. Escala de valoración

| Valor | Categoría     |
|-------|---------------|
| 4     | Muy adecuado  |
| 3     | Adecuado      |
| 2     | Poco adecuado |
| 1     | No adecuado   |

#### IV. Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia
3. Pertinencia
4. Suficiencia

5. Adecuación semántica

6. Relevancia científica

7. Formato / estructura

**V. Tabla de validación de ítems**

| Ítem | Contenido | Claridad | Coherencia | Pertinencia | Suficiencia | Adecuación semántica | Observaciones |
|------|-----------|----------|------------|-------------|-------------|----------------------|---------------|
| 1    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 2    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 3    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 4    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 5    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 6    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 7    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 8    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 9    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 10   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 11   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 12   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 13   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 14   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 15   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 16   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 17   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 18   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 19   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 20   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 21   | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |

**VI. Evaluación global**

| <b>Criterio</b>                       | <b>Valoración</b> | <b>Observaciones</b> |
|---------------------------------------|-------------------|----------------------|
| Claridad general del instrumento      | 4                 |                      |
| Coherencia interna                    | 4                 |                      |
| Pertinencia de los ítems              | 4                 |                      |
| Cobertura de dimensiones              | 4                 |                      |
| Adecuación para la población objetivo | 4                 |                      |
| Viabilidad de aplicación              | 4                 |                      |

## **VII. Recomendación final del experto**

[X] El instrumento es adecuado y puede aplicarse sin modificaciones.

☐ El instrumento es adecuado, pero requiere ajustes menores.

☐ El instrumento requiere modificaciones importantes antes de su aplicación. ☐ El instrumento no es adecuado para su aplicación.

Recomendaciones generales:

Firma



---

Echeverria Maggi David Xavier.

MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO IMAGENES

| Dato de identificación |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------|------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación. | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|                        |              |                                          |                           |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 |  |  |  |  |  |  |  |

Elaborado por Allan Reyes

MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO REELS

| Número de contenido. | Tema central | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación. | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------|------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 2.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 3.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 4.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 5.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 6.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 7.                   |              |                                          |                           |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                                                        | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | El video/reel utiliza recursos audiovisuales que facilitan comprender y responder al contenido: texto en pantalla, subtítulos, secuencia visual, preguntas o elementos interactivos. |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta, etiquetas, compartidos o interacción de la audiencia vinculada con el video/reel.                                       |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El video/reel invita a comentar, compartir, guardar, verificar, denunciar, prevenir, consultar una fuente, responder o aplicar una recomendación.                                    |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre lo que se dice, lo que se muestra, las fuentes visibles, el tono del video y la finalidad informativa.                                                       |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El video/reel forma parte de una serie, campaña, cobertura, actualización, seguimiento de un tema o línea informativa recurrente.                                                    |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El video/reel permite identificar la participación visible del medio, creador, institución, vocero o cuenta dentro de la experiencia informativa.                                    |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | El contenido muestra acciones reales, cobertura, procesos, recorridos, ejemplos, testimonios, procedimientos o hechos observables.                                                   |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | Las imágenes en movimiento permiten observar el hecho, proceso, lugar, evidencia o experiencia que sostiene la información.                                                          |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                                           |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El video/reel identifica un problema, riesgo, duda, amenaza, mito, mala práctica o situación que requiere atención.                                                                  |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                                |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Storydoing                                | 11. Simbología propia              | Se reconocen logo, colores, tono visual, música, escenario, vestimenta, gestos, hashtags o recursos propios de la cuenta.                                                                                      |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad         | El video/reel ordena la información con lógica de inicio, desarrollo y cierre, o relaciona causas, hechos y consecuencias.                                                                                     |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | El inicio del video capta la atención mediante gancho visual, título directo, ritmo dinámico, audio, escena llamativa o pregunta inicial.                                                                      |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El video/reel deja una imagen, frase, dato, acción o enseñanza fácil de recordar después de verlo.                                                                                                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El video/reel presenta introducción, desarrollo del problema y cierre con explicación, solución o conclusión; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza sin separarlos como dimensiones independientes. |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | La idea central se comprende desde los primeros segundos; el lenguaje, el ritmo, los subtítulos y el orden audiovisual facilitan la comprensión sin saturar.                                                   |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | El uso de imagen, voz, audio, texto, subtítulos, gráficos o edición cumple una función explicativa y no solo decorativa.                                                                                       |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El video/reel incorpora datos, fuentes, referencias institucionales, testimonios, evidencias verificables o contexto suficiente.                                                                               |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido ofrece información aplicable, necesaria o valiosa para jóvenes, estudiantes o ciudadanía.                                                                                                         |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | El video/reel puede comprenderse desde el celular; incluye subtítulos, audio claro, texto legible, contraste o explicación de términos.                                                                        |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia hechos, opiniones y recomendaciones, evitando exageraciones, manipulación o sesgos evidentes.                                                                                          |  |  |  |  |  |  |  |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO CARRUSEL

| Número de contenido. | Tema central | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación. | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Número de láminas | Lámina de cierre con recomendación o llamado: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------|-----------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |
|                      |              |                                         |                           |                       |                       |                   |                                                                 |                                                                                 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                  | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La secuencia de láminas invita a continuar deslizando, responder, comentar, guardar, compartir o aplicar lo explicado.         |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta o interacción vinculada con el contenido del carrusel.             |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El carrusel o pie de foto invita a guardar, compartir, comentar, verificar, consultar una fuente o aplicar una recomendación.  |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre diseño, datos, fuentes, imágenes, tono y finalidad informativa.                                        |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El carrusel forma parte de una serie, campaña, cobertura, guía o seguimiento de un tema.                                       |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El carrusel identifica la cuenta, vocero, institución o actor que guía la información y asume la experiencia comunicativa.     |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | Las láminas muestran procesos, pasos, ejemplos, datos comparativos, evidencias o acciones concretas relacionadas con el tema.  |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | El carrusel utiliza imágenes, gráficos, capturas, íconos o diseños como evidencia o apoyo informativo.                         |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, derechos, ambiente, seguridad, ciencia o vida cotidiana. |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El carrusel plantea un problema, mito, riesgo, duda, amenaza, mala práctica o pregunta que organiza el contenido.              |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | Las láminas mantienen identidad visual reconocible: logo, colores, tipografía, estilo gráfico y tono comunicativo.             |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | Las láminas siguen un orden lógico, explican causas y consecuencias, o avanzan paso a paso hacia una conclusión.               |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
| Storydoing | 13. Atención complementaria               | La portada y las primeras láminas captan la atención con título directo, pregunta, dato importante o diseño claro.             |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El carrusel deja una idea, frase, dato, secuencia o recomendación fácil de recordar.                                                                                                               |  |  |  |  |  |  |  |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El carrusel presenta portada o introducción, desarrollo del problema o información central, y lámina final con cierre, solución o recomendación; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | Cada lámina presenta información breve, ordenada y fácil de entender, sin saturar al lector.                                                                                                       |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La combinación de texto, imagen, gráficos, íconos y pie de foto cumple una función explicativa.                                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El carrusel incluye fuentes, datos, instituciones, referencias o contexto que permita verificar la información.                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido resuelve dudas, orienta decisiones o aporta información aplicable a la audiencia joven o ciudadanía.                                                                                  |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | Las láminas tienen letra legible, contraste adecuado, orden visual y facilidad de lectura desde el celular.                                                                                        |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El carrusel distingue datos, opiniones y recomendaciones, evitando sesgos, exageraciones o manipulación visual.                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

## Matriz de Validación de Instrumento por Juicio de Expertos

### I. Datos del experto

Nombre del experto: Echeverria Maggi David Xavier.

Título académico:

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena Correo electrónico: [decheverria@upse.edu.ec](mailto:decheverria@upse.edu.ec)

Fecha de evaluación: 09 de junio del 2026

### II. Datos del instrumento

Título del instrumento: Guia de preguntas semiestructuradas

Nombre del estudiante: Allan Sebastian Reyes Vega

Variable(s) evaluadas: Storydoing y contenido informativo

Población objetivo: Generación z

Número de ítems: 5

### III. Escala de valoración

| Valor | Categoría     |
|-------|---------------|
| 4     | Muy adecuado  |
| 3     | Adecuado      |
| 2     | Poco adecuado |
| 1     | No adecuado   |

### IV. Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia
3. Pertinencia
4. Suficiencia

5. Adecuación semántica

6. Relevancia científica

7. Formato / estructura

**V. Tabla de validación de ítems**

| Ítem | Contenido | Claridad | Coherencia | Pertinencia | Suficiencia | Adecuación semántica | Observaciones |
|------|-----------|----------|------------|-------------|-------------|----------------------|---------------|
| 1    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 2    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 3    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 4    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |
| 5    | 4         | 4        | 4          | 4           | 4           | 4                    |               |

**VI. Evaluación global**

| Criterio                              | Valoración | Observaciones |
|---------------------------------------|------------|---------------|
| Claridad general del instrumento      | 4          |               |
| Coherencia interna                    | 4          |               |
| Pertinencia de los ítems              | 4          |               |
| Cobertura de dimensiones              | 4          |               |
| Adecuación para la población objetivo | 4          |               |
| Viabilidad de aplicación              | 4          |               |

**VII. Recomendación final del experto**

[X] El instrumento es adecuado y puede aplicarse sin modificaciones.

☐ El instrumento es adecuado, pero requiere ajustes menores.

☐ El instrumento requiere modificaciones importantes antes de su aplicación. ☐ El instrumento no es adecuado para su aplicación.

Recomendaciones generales:

Firma

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Echeverria Maggi David Xavier', positioned above a horizontal line.

Echeverria Maggi David Xavier Docente tutor



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**GUÍA DE PAUTAS**

Buenos días (tardes), el presente estudio tiene como objetivo “Storydoing y producción de contenido informativo de la generación Z en Instagram, 2026”; por lo que, solicitamos que responda en base a la verdad para que los datos obtenidos nos permitan efectuar un juicio de valor idóneo.

**Datos personales del entrevistado**

Nombre:

.....

Medio al que representa: .....

Experiencia laboral:

.....

**Contexto:**

En la presente entrevista conversaremos sobre dos enfoques actualmente utilizados en la emisión de reportajes en medios digitales, como es el periodismo narrativo y la investigación noticiosa.

**Preguntas enfocadas en el objetivo específico 1 “analizar las relaciones entre dichas estrategias y las dinámicas visibles de interacción expresadas en likes, comentarios, compartidos; y describir las características de la producción de contenido digital considerando claridad, veracidad, relevancia, accesibilidad.”.**

1. ¿Qué características debe tener un contenido informativo para generar claridad, confianza e interacción en audiencias jóvenes?

---

---

2. ¿Qué formato considera más efectivo para presentar contenido informativo que puede captar la atención de la generación Z en Instagram?

---

---

3. ¿Qué importancia tiene la veracidad, la claridad y la evidencia visual para que una publicación informativa pueda generar aceptación o interacción?

---

---

4. ¿Cómo consume información en redes sociales la generación z y qué tipo de contenido puede favorecer su atención e interacción?

- 
- 
5. ¿Qué elementos hacen que la generación Z comente, comparta o guarde una publicación informativa en Instagram?
- 
- 

Gracias por su atención.

## Matriz de instrumentos aplicados.

Tabla 24. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO IMÁGENES

Tabla 25. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS.

| Dato de identificación |                                                                     |                                          |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                        | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 1                      | <i>Daniel Noboa encabezó la ceremonia</i>                           | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuUfPMKqTC/">https://www.instagram.com/p/DYuUfPMKqTC/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 2                      | <i>Daniel Noboa, hace su llegada a la Asamblea Nacional</i>         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYufRt9IH8S/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYufRt9IH8S/?img_index=1</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Breve                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 3                      | <i>Jaimie Roldós, 45 años de su muerte en siniestro aéreo</i>       | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuhZCNHM49/">https://www.instagram.com/p/DYuhZCNHM49/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Extensa                                             | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 4                      | <i>CNE Aprueba diseño de papeleta para elecciones 2027</i>          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYujKZxnMf7/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYujKZxnMf7/?img_index=1</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Extensa                                             | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 5                      | <i>Capturan a conductor que atropelló a un hombre y su mascota.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuk6ziDltX/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DYuk6ziDltX/?img_index=2</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Extensa                                             | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 6                      | <i>Informe a la nación Noboa.</i>                                   | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYulCu9oIsR/">https://www.instagram.com/p/DYulCu9oIsR/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Breve                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 7                      | <i>Informe a la nación Noboa.</i>                                   | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYulwlioLNd/">https://www.instagram.com/p/DYulwlioLNd/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Breve                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 3                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 3                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 1                          | 5                          | 1                          | 5                          | 1                          | 3                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 1                          | 1                          | 1                          | 3                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                          |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                             | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 8                      | <i>Informe a la nación Noboa.</i>                                        | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYunCsKgW8q/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DYunCsKgW8q/?img_index=2</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 9                      | <i>Informe de compra de medicinas</i>                                    | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYUq9hdgSYL/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DYUq9hdgSYL/?img_index=2</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | breve                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 10                     | <i>Irán dice que acuerdo con EE.UU. Requiere aval del líder supremo.</i> | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYU0SOOj6vI/">https://www.instagram.com/p/DYU0SOOj6vI/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 11                     | <i>Alarma por incendio de un barco en la libertad</i>                    | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYU0SYFDcXy/">https://www.instagram.com/p/DYU0SYFDcXy/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 12                     | <i>Noboa crea subsidio temporal para sector pesquero industrial.</i>     | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvFetKD3Kt/">https://www.instagram.com/p/DYvFetKD3Kt/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 13                     | <i>Noboa anuncia compra masiva de medicina a india</i>                   | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvI8TyD_8i/">https://www.instagram.com/p/DYvI8TyD_8i/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | Media                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 14                     | <i>Tailandeses irán a juicio del 8 el junio</i>                          | nacional                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvOHhwjxnW/">https://www.instagram.com/p/DYvOHhwjxnW/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Diseño informativo                                                      | breve                                               | SI                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>10<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>11<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>12<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>13<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>14<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 1                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                               |                                         |                                                                                                                         |                       |            |                       |  |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|-----------------------|--|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                  | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. |            | Fecha de observación. |  | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 15                     | <i>Roma celebró pentecostés con la tradicional lluvia de pétalos</i>          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvb0KcnCTo/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DYvb0KcnCTo/?img_index=2</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 16                     | <i>21 millones de colombianas están habilitadas para votar</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYnp-YttB2s/">https://www.instagram.com/p/DYnp-YttB2s/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 17                     | <i>Noboa evitó temas sensibles y centró su discurso en resultados de 2025</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw9nWNq5ZB/">https://www.instagram.com/p/DYw9nWNq5ZB/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 18                     | <i>La inteligencia artificial necesita ser desarmada</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw_mpOKzbv/">https://www.instagram.com/p/DYw_mpOKzbv/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 19                     | <i>Puma muere atropellado en morona Santiago</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxMrJoHOJE/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYxMrJoHOJE/?img_index=1</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 20                     | <i>¿Quién es gloria borros, la mujer tricolor del informe a la nación?</i>    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxT7YpIBzb/">https://www.instagram.com/p/DYxT7YpIBzb/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Breve                                                                   | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |
| 21                     | <i>Nueva especie de pequeño pulpo azul, descubierta en Ecuador</i>            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxqxBcPbKi/">https://www.instagram.com/p/DYxqxBcPbKi/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo | Informativo           |  | Extensa                                                                 | sí                                                  | Likes / Comentarios                                        |                                                                                 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>15<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>16<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>17<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>18<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>19<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>20<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>21<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                 |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                    | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 22                     | <i>Celec anuncia apagón de siete horas en la provincia de esmeraldas.</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxsyBIVbYT/">https://www.instagram.com/p/DYxsyBIVbYT/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 23                     | <i>Rep. Dominicana y Ecuador avanzan hacia acuerdo comercial parcial.</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYx0GpRvN00/">https://www.instagram.com/p/DYx0GpRvN00/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 24                     | <i>Parapentista fue embestida por avioneta</i>                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYx8KzXHHCX/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYx8KzXHHCX/?img_index=1</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 25                     | <i>Defensa PIDE QUE Álvarez sea cambio de celda en la cárcel del encuentro.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzVKKjltB5/">https://www.instagram.com/p/DYzVKKjltB5/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 26                     | <i>Cuatro personas casi se pierden y una mujer sufrió una caída.</i>            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzW1AxoNgO/">https://www.instagram.com/p/DYzW1AxoNgO/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 27                     | <i>Tras protestas, ATM instalará semáforos en vía a la costa</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzb1mslouV/">https://www.instagram.com/p/DYzb1mslouV/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 28                     | <i>Video Capturan el terremoto de 6.9 en Chile</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzeKaSHLoy/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYzeKaSHLoy/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>22<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>23<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>24<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>25<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>26<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>27<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>28<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                    |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                       | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: si / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 29                     | <i>Tres cabezas de animales silvestres fueron decomisadas en Bolívar</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzIIKhgYUc/">https://www.instagram.com/p/DYzIIKhgYUc/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 30                     | <i>Hombre y su perro fueron arrollados en Kennedy</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzn8wXjuEq/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYzn8wXjuEq/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 31                     | <i>Audiencias de circulación no fue instalada por segunda vez</i>                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzvMbIqoU/">https://www.instagram.com/p/DYzvMbIqoU/</a>                           | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 32                     | <i>Pabel Muñoz está dispuesto a dialogar con el gobierno.</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz3_VcoPi8/">https://www.instagram.com/p/DYz3_VcoPi8/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 33                     | <i>La violencia de las cárceles evita su entrega a Ecuador.</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz5jN-oO_y/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYz5jN-oO_y/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 34                     | <i>TCE admite a trámite recurso de unidad popular para revertir su cancelación</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz8mYwoKry/">https://www.instagram.com/p/DYz8mYwoKry/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 35                     | <i>Congreso investiga a petro por intervención electoral.</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz9r9uIMmJ/">https://www.instagram.com/p/DYz9r9uIMmJ/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>29<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>30<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>31<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>32<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>33<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>34<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>35<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                            |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                               | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 36                     | <i>La Rc5 anuncia nuevo pedido de juicio político contra Inés Manzano.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz-zMyIKSE/">https://www.instagram.com/p/DYz-zMyIKSE/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 37                     | <i>Incendio en el patio de retención de la policía judicial.</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0DPaNCd_H/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0DPaNCd_H/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 38                     | <i>Familiares de presos dicen que 35 fueron trasladados a Guayaquil</i>    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0E7moj1rF/">https://www.instagram.com/p/DY0E7moj1rF/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 39                     | <i>Balacera frente a mall deja un muerto y cuatro heridos.</i>             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0QEetCCG_O/">https://www.instagram.com/p/DY0QEetCCG_O/</a>                       | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 40                     | <i>Avión aterriza de emergencia en Guayaquil tras explosión en motor.</i>  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0SZB0D_mT/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0SZB0D_mT/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 41                     | <i>Primera reunión entre gobernador y prefecto por posible el niño</i>     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0bDELjx40/">https://www.instagram.com/p/DY0bDELjx40/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 42                     | <i>Los graves síntomas de tuberculosis que te llevan a la muerte</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0gQ7tHNEB/">https://www.instagram.com/p/DY0gQ7tHNEB/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>36<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>37<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>38<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>39<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>40<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>41<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>42<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                              |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                 | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 43                     | <i>Esto constará la exclusiva moneda de ecuador rumbo al mundial 2026</i>    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0jpcZil0z/">https://www.instagram.com/p/DY0jpcZil0z/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 44                     | <i>Inamhi advierte temperaturas de 35 grados y radiación extrema</i>         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0nE5KoP4I/">https://www.instagram.com/p/DY0nE5KoP4I/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 45                     | <i>Gobierno sí permitirá actividad extractivista en cerro azul</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0-vU-mCfW/">https://www.instagram.com/p/DY0-vU-mCfW/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 46                     | <i>Visto bueno, sindicatos y jubilación patronal</i>                         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2CAmpGieD/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY2CAmpGieD/?img_index=1</a> | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 47                     | <i>La guerra del centavo está lejos de terminar</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2KpnqINfk/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY2KpnqINfk/?img_index=1</a> | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 48                     | <i>Municipios tienen 30 días para hacer un plan por el fenómeno del niño</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2TH6vgRj7/">https://www.instagram.com/p/DY2TH6vgRj7/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 49                     | <i>Otri reo falleció en cárcel del encuentro</i>                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY28RwIvhJ8/">https://www.instagram.com/p/DY28RwIvhJ8/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>43<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>44<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>45<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>46<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>47<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>48<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>49<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                             |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 50                     | <i>Motociclista con golpes leves tras choque contra taxi</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2-NSiidTP/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY2-NSiidTP/?img_index=1</a> | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 51                     | <i>Juez liberó a hombre acusado de matar gatos</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2_8TLDsuF/">https://www.instagram.com/p/DY2_8TLDsuF/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 52                     | <i>Empleado de Google ganó USD 1,2 Millones usando datos confidenciales</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3N0Ybq18z/">https://www.instagram.com/p/DY3N0Ybq18z/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 53                     | <i>El sarampión enciende las alertas sanitarias.</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3RV4SmQrg/">https://www.instagram.com/p/DY3RV4SmQrg/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 54                     | <i>Cuando el silencio es el peor enemigo</i>                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3WSIxDaCu/">https://www.instagram.com/p/DY3WSIxDaCu/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 55                     | <i>Guayaquil activa coe por posible fenómeno de el niño</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3ev2Wgldb/">https://www.instagram.com/p/DY3ev2Wgldb/</a>                         | 27de mayo             | 27de mayo             | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 56                     | <i>Papa león XIV se sube al primer Ferrari eléctrico</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4hfDXjoES/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY4hfDXjoES/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>50<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>51<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>52<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>53<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>54<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>55<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>56<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                            |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                               | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 57                     | <i>Estadounidenses detenidos son de alta peligrosidad, según ministro.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4iz9GquCh/">https://www.instagram.com/p/DY4iz9GquCh/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 58                     | <i>198 presos de la cárcel el inca, trasladados a turi</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4nmt6K2OF/">https://www.instagram.com/p/DY4nmt6K2OF/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 59                     | <i>Directora de comunicación renunció tras impasse con caicedo</i>         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4tl2yGsaw/">https://www.instagram.com/p/DY4tl2yGsaw/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 60                     | <i>Moradores denuncian el regreso de los piques ilegales</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4veBIEfDX/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY4veBIEfDX/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 61                     | <i>Hombre vinculado a isis apuñaló a tres personas.</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4373xCfW1/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY4373xCfW1/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 62                     | <i>SNAI dice que reo falleció por pancreatitis</i>                         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY45-ARFivN/">https://www.instagram.com/p/DY45-ARFivN/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 63                     | <i>El mundial 2026 tendrá la cerveza más cara en la historia</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY483yzFkm6/">https://www.instagram.com/p/DY483yzFkm6/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>57<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>58<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>59<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>60<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>61<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>62<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>63<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                          |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                             | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 64                     | <i>Senador pide al gobierno de Trump que continúe el apoyo a Ecuador</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5IDZsD2ec/">https://www.instagram.com/p/DY5IDZsD2ec/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 65                     | <i>Corte de luz de 4 horas en 15 provincias este fin de semana.</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5Ppdzvzlz/">https://www.instagram.com/p/DY5Ppdzvzlz/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 66                     | <i>Fiscalía abrió indagación por presunto peculado</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5P5NnoL76/">https://www.instagram.com/p/DY5P5NnoL76/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 67                     | <i>Familiares de alias fito son condenados a 10 años de cárcel</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5aYkyDx-o/">https://www.instagram.com/p/DY5aYkyDx-o/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 68                     | <i>Afectados por incendio estimado pérdidas de USD 10 millones</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5bSKRxgMA/">https://www.instagram.com/p/DY5bSKRxgMA/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 69                     | <i>Afectados por incendio estiman pérdidas de USD 10 millones</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5y855jQ3s/">https://www.instagram.com/p/DY5y855jQ3s/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 70                     | <i>El metro de Quito, en la campaña electoral</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY55Pi2jh8n/">https://www.instagram.com/p/DY55Pi2jh8n/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>64<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>65<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>66<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>67<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>68<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>69<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>70<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                         |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                            | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 71                     | <i>Cronogramas de cortes de luz fueron hackeados</i>                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY58rWZkn6p/">https://www.instagram.com/p/DY58rWZkn6p/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 72                     | <i>Una mujer enfrenta juicio por la muerte de su bebé</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY6AJhGnD9-/">https://www.instagram.com/p/DY6AJhGnD9-/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 73                     | <i>Alcalde de cuenca pierde derechos políticos por seis meses</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY6MIfbnBIH/">https://www.instagram.com/p/DY6MIfbnBIH/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 74                     | <i>Ensayo de cohete blue origen termina en una poderosa explosión</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7H_bglXvf/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY7H_bglXvf/?img_index=1</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 75                     | <i>Afectados por cortes de luz tendrán descuento en la planilla.</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7J6_4IE2a/">https://www.instagram.com/p/DY7J6_4IE2a/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 76                     | <i>Cortes de luz no se extenderán después del 7 de junio, según ministro de energía</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7NWFaoAVy/">https://www.instagram.com/p/DY7NWFaoAVy/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 77                     | <i>Jhonatan Narváez abandona el giro de Italia tras una caída</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7OoRLFoVv/">https://www.instagram.com/p/DY7OoRLFoVv/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>71<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>72<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>73<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>74<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>75<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>76<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>77<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                          |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                             | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 78                     | <i>El presidente Daniel Noboa</i>                                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7hMsalF0g/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DY7hMsalF0g/?img_index=3</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 79                     | <i>Fiscal pide prohibición de salida del país para esposa de álvarez</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7sVgJH9Dg/">https://www.instagram.com/p/DY7sVgJH9Dg/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 80                     | <i>Exjuez Christian quito quedó libre tras pagar USD 50mill</i>          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY70CV5IFZG/">https://www.instagram.com/p/DY70CV5IFZG/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 81                     | <i>Estudiantes quedaron atrapados por horas en una montaña rusa</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY71bptAq-K/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DY71bptAq-K/?img_index=3</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 82                     | <i>Volcán reventador expulsa columna de ceniza</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY77quxn3nF/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DY77quxn3nF/?img_index=3</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 83                     | <i>Noboa anuncia la eliminación de aranceles a colombia</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8VS47Eu_y/">https://www.instagram.com/p/DY8VS47Eu_y/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 84                     | <i>Sé que cobran para halar mal de mí</i>                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8oa7HEyS/">https://www.instagram.com/p/DY8oa7HEyS/</a>                           | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>78<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>79<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>80<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>81<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>82<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>83<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>84<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                           |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                              | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 85                     | <i>Corte de agua afectará al sur y norte de guayaquil</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8r3ruDrBM/">https://www.instagram.com/p/DY8r3ruDrBM/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 86                     | <i>Uno de cada cuatro exámenes de ADN en Ecuador da negativo</i>          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY95MmXmTU/">https://www.instagram.com/p/DY95MmXmTU /</a>                          | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 87                     | <i>Según Colombia, el can ordenó a Ecuador quitar los aranceles</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY98dP4DfhC/">https://www.instagram.com/p/DY98dP4DfhC/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 88                     | <i>Guayas enfrenta la amenaza del fenómeno de el niño</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY9_7kVDT20/">https://www.instagram.com/p/DY9_7kVDT20/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 89                     | <i>Simpatizantes de Aquiles Álvarez protestan cerca de la cárcel</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-Kap2ktxn/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY-Kap2ktxn/?img_index=1</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 90                     | <i>Cámara de bus registró en primera persona un choque múltiple</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-Oem3ACzu/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY-Oem3ACzu/?img_index=1</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 91                     | <i>Quejas en Quito y Guayaquil por cortes de luz fuera del cronograma</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-qXcZGWwB/">https://www.instagram.com/p/DY-qXcZGWwB/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>85<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>86<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>87<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>88<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>89<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>90<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>91<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                             |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 92                     | <i>Entrega de placas en 2026 aún es insuficiente</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAZKjxGSJm/">https://www.instagram.com/p/DZAZKjxGSJm/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 93                     | <i>Cierres en 232 calles este domingo 31 de mayo</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAb1KHmeg7/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZAb1KHmeg7/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 94                     | <i>¿cómo avanza la ampliación a la Ofelia?</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAd77SjXsD/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZAd77SjXsD/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 95                     | <i>Fuerte oleaje golpea a la isla san Cristóbal, en galápagos</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAtumtnOZQ/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DZAtumtnOZQ/?img_index=3</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 96                     | <i>Tribunal declara prófugo a Fernando Viteri, primo de Aquiles Álvarez</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZA6ZklmRRB/">https://www.instagram.com/p/DZA6ZklmRRB/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 97                     | <i>Ecuador emite resolución que elimina aranceles del 100% a Colombia</i>   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZA-OPImSX8/">https://www.instagram.com/p/DZA-OPImSX8/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 98                     | <i>1,3 millones de ciudadanos pueden habilitarse para votar en 2026</i>     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBHRu7GRYI/">https://www.instagram.com/p/DZBHRu7GRYI/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>92<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>93<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>94<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>95<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>96<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>97<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>98<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                           | 1                           | 1                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                   |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                      | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 99                     | <i>Por una herencia, una mujer mandó a matar a su hermano</i>     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBKcniEv-l/">https://www.instagram.com/p/DZBKcniEv-l/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 100                    | <i>SNAI niega que Jorge Glas esté grave de salud</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBNGM9GWLv/">https://www.instagram.com/p/DZBNGM9GWLv/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 101                    | <i>Más de 15 años de corrupción en el sector energético</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBN5_qgXli/">https://www.instagram.com/p/DZBN5_qgXli/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 102                    | <i>Así viven 2000 reos con tuberculosis en la cárcel regional</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBl6cdDR_L/">https://www.instagram.com/p/DZBl6cdDR_L/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 103                    | <i>Médicos alertan nuevos despidos tras cambios en MSP</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBwOZCDY16/">https://www.instagram.com/p/DZBwOZCDY16/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>99<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>100<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>101<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>102<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>103<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 3                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 1                            | 5                            | 1                            | 5                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 1                            | 1                            | 1                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 26. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA

| Dato de identificación |                                             |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 1                      | <i>Batalla de la pichincha</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYueGyAOX-v/">https://www.instagram.com/p/DYueGyAOX-v/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 2                      | <i>ARCSA móvil</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvwr0Kuhvn/">https://www.instagram.com/p/DYvwr0Kuhvn/</a>                         | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 3                      | <i>ARCSA capacita</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxAGZhO4FO/">https://www.instagram.com/p/DYxAGZhO4FO/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 4                      | <i>Llegamos a tablavela</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0HpzZAYcq/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0HpzZAYcq/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 5                      | <i>Mas de 113,000 dispositivos Médicos.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2FrzPu3mn/">https://www.instagram.com/p/DY2FrzPu3mn/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 6                      | <i>Llega a todos los rincones del país</i>  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2VG1uO3QW/">https://www.instagram.com/p/DY2VG1uO3QW/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 7                      | <i>Arcsa detecta cosméticos</i>             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY23F7KhYpL/">https://www.instagram.com/p/DY23F7KhYpL/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                            |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                               | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 8                      | <i>Día Nutrición</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4s9GPuMwK/">https://www.instagram.com/p/DY4s9GPuMwK/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 9                      | <i>Cada decisión cuenta para construir</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY46d-FxJyX/">https://www.instagram.com/p/DY46d-FxJyX/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 10                     | <i>VIVE sin TABACO</i>                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4_h-RRaqa/">https://www.instagram.com/p/DY4_h-RRaqa/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 11                     | <i>Cosméticos irregulares</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5Rmg1hLXa/">https://www.instagram.com/p/DY5Rmg1hLXa/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 12                     | <i>Fortalecerá sus servicios</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5ZNTgBq5c/">https://www.instagram.com/p/DY5ZNTgBq5c/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 13                     | <i>Consulta pública</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7Rf2tuB0O/">https://www.instagram.com/p/DY7Rf2tuB0O/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 14                     | <i>Infórmate y protege tu salud</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-AMenuGLh/">https://www.instagram.com/p/DY-AMenuGLh/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>10<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>11<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>12<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>13<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>14<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 27. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA

| Dato de identificación |                                                                    |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                       | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 1.                     | <i>Te tomas en serio la batalla de pichincha</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuaVJcv6gA/">https://www.instagram.com/p/DYuaVJcv6gA/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 2.                     | <i>CNE define colores de papeletas para elecciones seccionales</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuj-6vPRUw/">https://www.instagram.com/p/DYuj-6vPRUw/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 3.                     | <i>Es la que entiende el momento que vive el país</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYunoEWvsdG/">https://www.instagram.com/p/DYunoEWvsdG/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 4.                     | <i>La ampliación del metro</i>                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuoVoQPct9/">https://www.instagram.com/p/DYuoVoQPct9/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 5.                     | <i>Susto en el sur</i>                                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYupdagPO_y/">https://www.instagram.com/p/DYupdagPO_y/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 6.                     | <i>Noboa promete compra masiva de medicinas</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvECXsvZBO/">https://www.instagram.com/p/DYvECXsvZBO/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 7.                     | <i>Incendio en bodega activó alarmas esta madrugada.</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw65VuOFwH/">https://www.instagram.com/p/DYw65VuOFwH/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                      |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                         | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 8.                     | <i>Chats y contadores salpican el caso golea</i>                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw8p8tOx_d/">https://www.instagram.com/p/DYw8p8tOx_d/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 9.                     | <i>Golpe al tren de aragua</i>                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw9ewmuqeo/">https://www.instagram.com/p/DYw9ewmuqeo/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 10.                    | <i>Lula inicia tratamiento contra el cáncer</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxOsW3v69N/">https://www.instagram.com/p/DYxOsW3v69N/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 11.                    | <i>OMS alerta por aumento de muertes sospechosas por Ébola</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxPiqzvSAb/">https://www.instagram.com/p/DYxPiqzvSAb/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 12.                    | <i>Gobernadora de tunguragua resulta herida 4 en siniestro viral</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxPmmWP2V8/">https://www.instagram.com/p/DYxPmmWP2V8/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 13.                    | <i>Corte electrónico programado</i>                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxIhFIIEwZ/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYxIhFIIEwZ/?img_index=1</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 14.                    | <i>Tiguerones en Guayaquil</i>                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxpLBxvv1q/">https://www.instagram.com/p/DYxpLBxvv1q/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>10<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>11<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>12<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>13<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>14<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                               |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                  | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 15.                    | <i>Vehículo cayó a una represa vacía en el norte de quito</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxp2oLvFR3/">https://www.instagram.com/p/DYxp2oLvFR3/</a>                         | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 16.                    | <i>Más de 139 kilos de droga iban ocultos en bus con ruta hacia Guayaquil</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzaodaOEXQ/">https://www.instagram.com/p/DYzaodaOEXQ/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 17.                    | <i>Tras protesta en vía a la costa</i>                                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYza3thjvpV/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYza3thjvpV/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 18.                    | <i>Esmeraldas ya cuenta con nuevo transformador</i>                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzcUbauSbw/">https://www.instagram.com/p/DYzcUbauSbw/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 19.                    | <i>Un joven de 23 años intentó lanzarse del puente del chiche.</i>            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzcluRuyFu/">https://www.instagram.com/p/DYzcluRuyFu/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 20.                    | <i>Cayó alias Juancho</i>                                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzfDpdOa8W/">https://www.instagram.com/p/DYzfDpdOa8W/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 21.                    | <i>Los platos rotos de la rc5</i>                                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzuwXCFsWu/">https://www.instagram.com/p/DYzuwXCFsWu/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>15<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>16<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>17<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>18<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>19<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>20<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>21<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                            |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                               | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 22.                    | <i>Capturan en México</i>                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzxvVyy850/">https://www.instagram.com/p/DYzxvVyy850/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 23.                    | <i>El sueño de tener casa propia</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz0_rkILsq/">https://www.instagram.com/p/DYz0_rkILsq/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 24.                    | <i>Se frenó audiencia del caso goleda</i>                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz1vIXPKig/">https://www.instagram.com/p/DYz1vIXPKig/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 25.                    | <i>Más ecuatorianos salieron a buscar trabajo en abril</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz17dVPkKk/">https://www.instagram.com/p/DYz17dVPkKk/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 26.                    | <i>Futuro del río guayas</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYz2LfyvbyQ/">https://www.instagram.com/p/DYz2LfyvbyQ/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 27.                    | <i>Allanan fiscalía de manta</i>                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0B1M5P0fx/">https://www.instagram.com/p/DY0B1M5P0fx/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 28.                    | <i>En el recinto san joaquin</i>                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0GEZ_II2U/">https://www.instagram.com/p/DY0GEZ_II2U/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>22<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>23<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>24<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>25<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>26<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>27<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>28<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                               |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                  | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 29.                    | <i>Ecuador activa brigadas de vacunación</i>  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0HD60PEn2/">https://www.instagram.com/p/DY0HD60PEn2/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 30.                    | <i>19 sectores de quito se quedarán secos</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0Mm4goPBc/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0Mm4goPBc/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 31.                    | <i>En pascuales</i>                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0OTznP3qq/">https://www.instagram.com/p/DY0OTznP3qq/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 32.                    | <i>Vuelo de latam no logra aterrizar</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0Oe48Pd8A/">https://www.instagram.com/p/DY0Oe48Pd8A/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 33.                    | <i>A la pirotecnia ruidosa</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0X6FdIGoS/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0X6FdIGoS/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 34.                    | <i>Pixar</i>                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0YMoFoGzx/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0YMoFoGzx/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 35.                    | <i>Bajarse del tratado sucre</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0cu7UjVhd/">https://www.instagram.com/p/DY0cu7UjVhd/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>29<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>30<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>31<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>32<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>33<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>34<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>35<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                     |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 36.                    | <i>Latam se pronuncia sobre incidente</i>           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0jv22tFDD/">https://www.instagram.com/p/DY0jv22tFDD/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 37.                    | <i>Estoy profundamente preocupado</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0kji3Dee7/">https://www.instagram.com/p/DY0kji3Dee7/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 38.                    | <i>En Samborondón</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0lOdrNgtM/">https://www.instagram.com/p/DY0lOdrNgtM/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 39.                    | <i>Para entender a las mascotas</i>                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0mqNzDVBp/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0mqNzDVBp/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 40.                    | <i>Analiza a Rafael correa</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0nSA0v191/">https://www.instagram.com/p/DY0nSA0v191/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 41.                    | <i>La nasa planea construir una base en la luna</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0oTf6DXdf/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0oTf6DXdf/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 42.                    | <i>Ilegales fuera del mercado</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY01pI_NRgu/">https://www.instagram.com/p/DY01pI_NRgu/</a>                         | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>36<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>37<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>38<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>39<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>40<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>41<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>42<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                          |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                             | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 43.                    | <i>71 barrios de quito afectados por plagas.</i>         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY03pmGto4y/">https://www.instagram.com/p/DY03pmGto4y/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 44.                    | <i>Caen saca pintas y estafadores</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY18Bq3Oh-J/">https://www.instagram.com/p/DY18Bq3Oh-J/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 45.                    | <i>Gobierno asegura protección a cerro azul</i>          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY18Jefuh72/">https://www.instagram.com/p/DY18Jefuh72/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 46.                    | <i>Golpe al microtráfico</i>                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY18SjlOUzM/">https://www.instagram.com/p/DY18SjlOUzM/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 47.                    | <i>Cultivo marihuana</i>                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY1_bu4uLXD/">https://www.instagram.com/p/DY1_bu4uLXD/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 48.                    | <i>Localizan televisores</i>                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2B8Gru_hq/">https://www.instagram.com/p/DY2B8Gru_hq/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 49.                    | <i>Gobierno activa plan preventivo ante inundaciones</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2DkPmuPN4/">https://www.instagram.com/p/DY2DkPmuPN4/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>43<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>44<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>45<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>46<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>47<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>48<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>49<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                       |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                          | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 50.                    | <i>Capturan a presunto integrante de los r7</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2P9J5FtnB/">https://www.instagram.com/p/DY2P9J5FtnB/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 51.                    | <i>Moreno de su versión</i>                                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2Yax6II_0/">https://www.instagram.com/p/DY2Yax6II_0/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 52.                    | <i>13 años de cárcel</i>                                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2a0pzIIEc/">https://www.instagram.com/p/DY2a0pzIIEc/</a>                         | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 53.                    | <i>Trump plantea evento de UFC</i>                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY24jFCILzu/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY24jFCILzu/?img_index=1</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 54.                    | <i>Record al rey del pop</i>                                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY25eIUoKTG/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY25eIUoKTG/?img_index=1</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 55.                    | <i>Moneda conmemorativa del mundial cuesta \$128,78</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY27hBIKa_/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY27hBIKa_/?img_index=1</a>   | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 56.                    | <i>25 nuevos polluelos devuelvan esperanza al pinzón de galápagos</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2-yssO9t/">https://www.instagram.com/p/DY2-yssO9t/</a>                           | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>50<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>51<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>52<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>53<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>54<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>55<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>56<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                  |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                     | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 57.                    | <i>La rc5 presenta solicitud de juicio</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3Cq3vjXXM/">https://www.instagram.com/p/DY3Cq3vjXXM/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 58.                    | <i>Se quitó la vida</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3C5WrjY0d/">https://www.instagram.com/p/DY3C5WrjY0d/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 59.                    | <i>197 presos fueron trasladados a la cárcel</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3DAqCDWYM/">https://www.instagram.com/p/DY3DAqCDWYM/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 60.                    | <i>Alias cachete, petete y Abel</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3DG2hDZ3K/">https://www.instagram.com/p/DY3DG2hDZ3K/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 61.                    | <i>Oro confiscado a mafias</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3DM1PiXfI/">https://www.instagram.com/p/DY3DM1PiXfI/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 62.                    | <i>Desde puerto bolívar</i>                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3Gb1oNGiz/">https://www.instagram.com/p/DY3Gb1oNGiz/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 63.                    | <i>Un incendio</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3H4UXjXRu/">https://www.instagram.com/p/DY3H4UXjXRu/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>57<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>58<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>59<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>60<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>61<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>62<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>63<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                     |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 64.                    | <i>SNAI confirma un fallecido en la cárcel</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3JUfJjXdo/">https://www.instagram.com/p/DY3JUfJjXdo/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 65.                    | <i>Noboa fusiona las empresas flopec y astinave</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3MbDtjVeZ/">https://www.instagram.com/p/DY3MbDtjVeZ/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 66.                    | <i>Caso plaga vuelve al foco</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3N2jhfxG/">https://www.instagram.com/p/DY3N2jhfxG/</a>   | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 67.                    | <i>SCVS pone bajo la lupa</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3RS6vtYIQ/">https://www.instagram.com/p/DY3RS6vtYIQ/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 68.                    | <i>El gobierno refuerza la salud en santa elena</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3TGfTmbw/">https://www.instagram.com/p/DY3TGfTmbw/</a>   | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 69.                    | <i>Bernie moreno defiende a noboa</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3ZlCON2gG/">https://www.instagram.com/p/DY3ZlCON2gG/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 70.                    | <i>Operativo golpea red criminal</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4iSGEODWX/">https://www.instagram.com/p/DY4iSGEODWX/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>64<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>65<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>66<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>67<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>68<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>69<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>70<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                     |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 71.                    | <i>Víctima fue rescatada tras operativo contra presuntos</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4iZXVOYV6/">https://www.instagram.com/p/DY4iZXVOYV6/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 72.                    | <i>Capturan en quito a dos estadounidenses buscados</i>             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4mGEqljif/">https://www.instagram.com/p/DY4mGEqljif/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 73.                    | <i>Cayó alias “ruano” objetivo de alto valor</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4m3tdOk5-/">https://www.instagram.com/p/DY4m3tdOk5-/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 74.                    | <i>Volieron los piques ilegales a la shyris</i>                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4qodfu83N/">https://www.instagram.com/p/DY4qodfu83N/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 75.                    | <i>SNAI descarta brote de tuberculosis en cárcel de santa elena</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY448O7vtmu/">https://www.instagram.com/p/DY448O7vtmu/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 76.                    | <i>Operativo apolo 19 golpeó a bandas criminales con 18</i>         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY46p0nvTVD/">https://www.instagram.com/p/DY46p0nvTVD/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 77.                    | <i>Abren el registro nacional</i>                                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY47FIXoENV/">https://www.instagram.com/p/DY47FIXoENV/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>71<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>72<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>73<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>74<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>75<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>76<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>77<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                       |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                          | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 78.                    | <i>Mujer murió golpeado en hostal de Conocoto</i>     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4_6RmoE97/">https://www.instagram.com/p/DY4_6RmoE97/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 79.                    | <i>Histórica reunión militar entre Ecuador y Perú</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5A8wXIKvu/">https://www.instagram.com/p/DY5A8wXIKvu/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 80.                    | <i>El HTMC reabre áreas clave</i>                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5FfToMSY/">https://www.instagram.com/p/DY5FfToMSY/</a>                           | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 81.                    | <i>Condenan a familiares de alias Fito</i>            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5NCV0oPHG/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY5NCV0oPHG/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 82.                    | <i>USD 11.6 millones</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5TWHelPgZ/">https://www.instagram.com/p/DY5TWHelPgZ/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 83.                    | <i>Habrà cortes de luz</i>                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5UIEZoCn1/">https://www.instagram.com/p/DY5UIEZoCn1/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 84.                    | <i>Daniel naboá entrega planta de agua potable</i>    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5VlzZoGIA/">https://www.instagram.com/p/DY5VlzZoGIA/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>78<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>79<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>80<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>81<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>82<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>83<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>84<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                         |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                            | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 85.                    | <i>El papa León XIC apareció</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5bwF9IClj/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY5bwF9IClj/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 86.                    | <i>Hallaron un cadáver al interior</i>                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5g5lmoOHC/">https://www.instagram.com/p/DY5g5lmoOHC/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 87.                    | <i>La cara de trum podría estar en un billete</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5hn7soArm/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY5hn7soArm/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 88.                    | <i>Fiscalía investiga presunto peculado</i>             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5iX_WoKH-/">https://www.instagram.com/p/DY5iX_WoKH-/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 89.                    | <i>El comado sur grindo destaca la lucha de ecuador</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5jBdSIMj-/">https://www.instagram.com/p/DY5jBdSIMj-/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 90.                    | <i>Asesinan a balazos al director operativo</i>         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5n5UkNg1V/">https://www.instagram.com/p/DY5n5UkNg1V/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 91.                    | <i>Amor ilimitado para el firulais</i>                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5qTwPjaCe/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY5qTwPjaCe/?img_index=1</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>85<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>86<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>87<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>88<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>89<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>90<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>91<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                              |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                 | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 92.                    | <i>Firman acuerdo conjunto contra el crimen</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5yAe-DW_a/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY5yAe-DW_a/?img_index=2</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 93.                    | <i>Confirmar si Aquiles Álvarez</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY50VfTN7J8/">https://www.instagram.com/p/DY50VfTN7J8/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 94.                    | <i>Augusta barrera se baja de la carrera por la alcaldía</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY53R2AjSU4/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY53R2AjSU4/?img_index=2</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 95.                    | <i>TCE sanciona a Zamora con 6 meses</i>                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5_3vbtbLU/">https://www.instagram.com/p/DY5_3vbtbLU/</a>                         | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 96.                    | <i>Operativo Manabí</i>                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7Ht2vxsu/">https://www.instagram.com/p/DY7Ht2vxsu/</a>                           | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 97.                    | <i>Golpe a los fatales rescatan víctimas y capturan</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7JT_PvwFR/">https://www.instagram.com/p/DY7JT_PvwFR/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 98.                    | <i>Pizza fest</i>                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7bJFfH2dW/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY7bJFfH2dW/?img_index=2</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>92<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>93<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>94<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>95<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>96<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>97<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>98<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                     |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 99.                    | <i>Hablaron de seguridad</i>                                                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7bOnFoHUK/">https://www.instagram.com/p/DY7bOnFoHUK/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 100.                   | <i>Retiran 44 Cámaras ilegales</i>                                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7e0CUIFxa/">https://www.instagram.com/p/DY7e0CUIFxa/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 101.                   | <i>Frustran envía de usd 12 millones</i>                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7g0HuoP34/">https://www.instagram.com/p/DY7g0HuoP34/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 102.                   | <i>Se instala audiencia de caso</i>                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7g7vmIHh1/">https://www.instagram.com/p/DY7g7vmIHh1/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 103.                   | <i>Ofrecen hasta \$100 mil por alias "chumado"</i>                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7g-nzoFYt/">https://www.instagram.com/p/DY7g-nzoFYt/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 104.                   | <i>Más de 600 personas murieron</i>                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7hL6-IJoq/">https://www.instagram.com/p/DY7hL6-IJoq/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 105.                   | <i>Maneje con cuidado dos personas afectadas por siniestro de tránsito en checa</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7iXPuoE_k/">https://www.instagram.com/p/DY7iXPuoE_k/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>99<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>100<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>101<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>102<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>103<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>104<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>105<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                    |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                       | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 106.                   | <i>La ARCSA decomisó miles de cosméticos</i>                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7iflDIHxY/">https://www.instagram.com/p/DY7iflDIHxY/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 107.                   | <i>Elecciones a la vuelta de la esquina</i>                                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7itqoIATh/">https://www.instagram.com/p/DY7itqoIATh/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 108.                   | <i>Por lavado de activos</i>                                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7wx-7PNnO/">https://www.instagram.com/p/DY7wx-7PNnO/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 109.                   | <i>EE.UU. Niega que José serrano esté detenido por persecución política</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY75MwEP0gR/">https://www.instagram.com/p/DY75MwEP0gR/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 110.                   | <i>Prisión preventiva para sospechoso</i>                                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7-MrRIEp7/">https://www.instagram.com/p/DY7-MrRIEp7/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 111.                   | <i>Denuncia campaña de desprestigio orquestada desde el municipio de Guayaquil</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8AF1qPNVj/">https://www.instagram.com/p/DY8AF1qPNVj/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 112.                   | <i>No pierdas tiempo</i>                                                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8DYvJoEdG/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY8DYvJoEdG/?img_index=2</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>106<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>107<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>108<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>109<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>110<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>111<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>112<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                  |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                     | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 113.                   | <i>De seis cantones del país</i>                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8F9IgPVHX/">https://www.instagram.com/p/DY8F9IgPVHX/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 114.                   | <i>Las FF.AA. localizan perforación clandestina</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8Hvv1oCUW/">https://www.instagram.com/p/DY8Hvv1oCUW/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 115.                   | <i>La nasa busca gente creativa para sus misiones espaciales</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8I4AiHWF/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY8I4AiHWF/?img_index=2</a>   | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 116.                   | <i>El gobierno les pone el ojo a los vales</i>                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8KaiLoGmh/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY8KaiLoGmh/?img_index=2</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 117.                   | <i>El gobierno fortalece la conectividad rural</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8SXmMDXY_/">https://www.instagram.com/p/DY8SXmMDXY_/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 118.                   | <i>María José pinto estará a cargo del comité</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8SlomDVeN/">https://www.instagram.com/p/DY8SlomDVeN/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 119.                   | <i>Busca acelerar reformas al código orgánica.</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8Tz8rt7hn/">https://www.instagram.com/p/DY8Tz8rt7hn/</a>                         | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>113<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>114<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>115<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>116<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>117<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>118<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>119<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                      |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                         | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 120.                   | <i>El TCE denuncia amenazas contra el juez Joaquín Viteri</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8qhH5jXK8/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY8qhH5jXK8/?img_index=1</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 121.                   | <i>El gobierno supervisa los mantenimientos programados del sistema</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY93hQDuPe6/">https://www.instagram.com/p/DY93hQDuPe6/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 122.                   | <i>La policía abatió a un delincuente</i>                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY93qrDO7Ka/">https://www.instagram.com/p/DY93qrDO7Ka/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 123.                   | <i>El gobierno activa la alerta Emilia por la desaparición de dos niñas en quita</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY93xkpO7QH/">https://www.instagram.com/p/DY93xkpO7QH/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 124.                   | <i>En bastión popular</i>                                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY98q50R2Xh/">https://www.instagram.com/p/DY98q50R2Xh/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 125.                   | <i>De Zamora al caso caja chica.</i>                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY98wl3x-qL/">https://www.instagram.com/p/DY98wl3x-qL/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 126.                   | <i>Ecuador y Perú acuerdan plan militar para reforzar la frontera.</i>               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY9-JoNxJ_e/">https://www.instagram.com/p/DY9-JoNxJ_e/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>120<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>121<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>122<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>123<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>124<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>125<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>126<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                           |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                              | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 127.                   | <i>Rescatan a perrita no vidente que cayó en una quebrada en el valle</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-IgEvxcnn/">https://www.instagram.com/p/DY-IgEvxcnn/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 128.                   | <i>CPCSS, asamblea y el consejo</i>                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-Io8MRGer/">https://www.instagram.com/p/DY-Io8MRGer/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 129.                   | <i>Fernando Viteri no se presenta al juicio horas después de recibir</i>  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-NGP4RhIx/">https://www.instagram.com/p/DY-NGP4RhIx/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 130.                   | <i>Brasil investiga un posible caso de ébola</i>                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-VtAExppc/">https://www.instagram.com/p/DY-VtAExppc/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 131.                   | <i>Localizan a las niñas desaparecidas en quito</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-jXbmXhq3/">https://www.instagram.com/p/DY-jXbmXhq3/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 132.                   | <i>Siniestro de tránsito deja cinco personas afectadas</i>                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-lkwCx1Hw/">https://www.instagram.com/p/DY-lkwCx1Hw/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 133.                   | <i>Quebrada en el valle</i>                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-l3whx1Lh/">https://www.instagram.com/p/DY-l3whx1Lh/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>127<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>128<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>129<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>130<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>131<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>132<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>133<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                 |                                         |                                                                                                                         |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                    | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 134.                   | <i>La cárcel del encuentro no es un hotel 5 estrellas</i>       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-sDU6RJVf/">https://www.instagram.com/p/DY-sDU6RJVf/</a>                         | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 135.                   | <i>Cortes de luz en Guayaquil</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-3GOaETNf/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY-3GOaETNf/?img_index=1</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 136.                   | <i>41 millones de colombianos</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAeRV-PCiV/">https://www.instagram.com/p/DZAeRV-PCiV/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 137.                   | <i>Ejército neutraliza células de los choneros</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAeZcnPsSI/">https://www.instagram.com/p/DZAeZcnPsSI/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 138.                   | <i>Recupera operaciones con seis horas de anticipación</i>      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAef7qPfFp/">https://www.instagram.com/p/DZAef7qPfFp/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 139.                   | <i>Prisión preventiva para sospechoso de presunto femicidio</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAKsyUgfBO/">https://www.instagram.com/p/DZAKsyUgfBO/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 140.                   | <i>Fuerte oleaje afecta el borde costero</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAxZWrv-tv/">https://www.instagram.com/p/DZAxZWrv-tv/</a>                         | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>134<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>135<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>136<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>137<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>138<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>139<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>140<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Dato de identificación |                                                                                |                                         |                                                                                                 |                       |                       |                                                                         |                                                     |                                                            |                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Número de contenido.   | Tema central                                                                   | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de imagen: fotografía real, diseño informativo, captura o montaje. | Extensión del pie de foto: breve / media / extensa. | Presencia de texto dentro de la imagen: sí / no / parcial. | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
| 141.                   | <i>Tribunal declara prófugo al primo de Aquiles Álvarez</i>                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZA5mlyvgmB/">https://www.instagram.com/p/DZA5mlyvgmB/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 142.                   | <i>Más buscados del país</i>                                                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBH7yBPRiX/">https://www.instagram.com/p/DZBH7yBPRiX/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 143.                   | <i>Desde mañana los productos colombianos ya no pagan la tasa de seguridad</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBRPGDPt0h/">https://www.instagram.com/p/DZBRPGDPt0h/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 144.                   | <i>Abelardo de la Espriella e Iván cepeda pasan a la segunda vuelta</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBhNmFNc4B/">https://www.instagram.com/p/DZBhNmFNc4B/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 145.                   | <i>Petro rechaza los resultados electorales</i>                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBitf_t7aQ/">https://www.instagram.com/p/DZBitf_t7aQ/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 146.                   | <i>Felicidades, Abelardo, por una gran victoria</i>                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBq1lFtQON/">https://www.instagram.com/p/DZBq1lFtQON/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Informativo                                                             | Medio                                               | Si                                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>141<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>142<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>143<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>144<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>145<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>146<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            | 1                            |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            | 3                            |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            | 5                            |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 28. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO REELS

Tabla 29. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS

| Número de contenido. | Tema central                                                                                              | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 8.                   | <i>¿Cuáles son las consecuencias de disparar a un presidente en EE. UU.?</i>                              | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuVb3TBNJg/">https://www.instagram.com/p/DYuVb3TBNJg/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 9.                   | <i>a todo está listo para el #InformeALaNación en la Asamblea</i>                                         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuVsfMKAB3/">https://www.instagram.com/p/DYuVsfMKAB3/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 10.                  | <i>Daniel Noboa terminó a las 11:20 de este 24 de mayo</i>                                                | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYupnqjbE3/">https://www.instagram.com/p/DYupnqjbE3/</a>   | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 11.                  | <i>La OMS declaró una emergencia internacional</i>                                                        | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvWoryhQXv/">https://www.instagram.com/p/DYvWoryhQXv/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 12.                  | <i>El reclutamiento de menores por parte de bandas delictivas</i>                                         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYzmSqsuaZc/">https://www.instagram.com/p/DYzmSqsuaZc/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 13.                  | <i>El Gobierno busca en India una solución para el abastecimiento de medicinas en el sistema público.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0V7iyhHo9/">https://www.instagram.com/p/DY0V7iyhHo9/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 14.                  | <i>La Inteligencia Artificial (IA) de Meta analizará desde tus rasgos</i>                                 | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0h-54BYli/">https://www.instagram.com/p/DY0h-54BYli/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                                                        | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | El video/reel utiliza recursos audiovisuales que facilitan comprender y responder al contenido: texto en pantalla, subtítulos, secuencia visual, preguntas o elementos interactivos. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta, etiquetas, compartidos o interacción de la audiencia vinculada con el video/reel.                                       | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El video/reel invita a comentar, compartir, guardar, verificar, denunciar, prevenir, consultar una fuente, responder o aplicar una recomendación.                                    | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre lo que se dice, lo que se muestra, las fuentes visibles, el tono del video y la finalidad informativa.                                                       | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El video/reel forma parte de una serie, campaña, cobertura, actualización, seguimiento de un tema o línea informativa recurrente.                                                    | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El video/reel permite identificar la participación visible del medio, creador, institución, vocero o cuenta dentro de la experiencia informativa.                                    | 1                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 1                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | El contenido muestra acciones reales, cobertura, procesos, recorridos, ejemplos, testimonios, procedimientos o hechos observables.                                                   | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | Las imágenes en movimiento permiten observar el hecho, proceso, lugar, evidencia o experiencia que sostiene la información.                                                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                           |                                                                                                                                                                                                                |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                                                                     | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 10. Desafío explícito                     | El video/reel identifica un problema, riesgo, duda, amenaza, mito, mala práctica o situación que requiere atención.                                                                                            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Storydoing                                | 11. Simbología propia                     | Se reconocen logo, colores, tono visual, música, escenario, vestimenta, gestos, hashtags o recursos propios de la cuenta.                                                                                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad                | El video/reel ordena la información con lógica de inicio, desarrollo y cierre, o relaciona causas, hechos y consecuencias.                                                                                     | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria               | El inicio del video capta la atención mediante gancho visual, título directo, ritmo dinámico, audio, escena llamativa o pregunta inicial.                                                                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                         | El video/reel deja una imagen, frase, dato, acción o enseñanza fácil de recordar después de verlo.                                                                                                             | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                       | El video/reel presenta introducción, desarrollo del problema y cierre con explicación, solución o conclusión; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza sin separarlos como dimensiones independientes. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad            | La idea central se comprende desde los primeros segundos; el lenguaje, el ritmo, los subtítulos y el orden audiovisual facilitan la comprensión sin saturar.                                                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia                     | El uso de imagen, voz, audio, texto, subtítulos, gráficos o edición cumple una función explicativa y no solo decorativa.                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido                     | 3. Veracidad o exactitud percibida        | El video/reel incorpora datos, fuentes, referencias institucionales, testimonios,                                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|                                           |                                    |                                                                                                                                         |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| informativo digital                       |                                    | evidencias verificables o contexto suficiente.                                                                                          |   |   |   |   |   |   |   |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido ofrece información aplicable, necesaria o valiosa para jóvenes, estudiantes o ciudadanía.                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | El video/reel puede comprenderse desde el celular; incluye subtítulos, audio claro, texto legible, contraste o explicación de términos. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia hechos, opiniones y recomendaciones, evitando exageraciones, manipulación o sesgos evidentes.                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                               | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 15.                  | <i>Entre risas, Kennedy Jr. sujeta a unas serpientes</i>                                   | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0lXk_joxx/">https://www.instagram.com/p/DY0lXk_joxx/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 16.                  | <i>En el Informe a La Nación, el presidente Daniel Noboa hizo tres promesas</i>            | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0qnRyHX-2/">https://www.instagram.com/p/DY0qnRyHX-2/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 17.                  | <i>Tuberculosis, esa es la palabra clave que hemos detectado</i>                           | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0zHxdxQnY/">https://www.instagram.com/p/DY0zHxdxQnY/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 18.                  | <i>Vivir con dignidad en medio de la revolución digital.</i>                               | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY02nNmNf3J/">https://www.instagram.com/p/DY02nNmNf3J/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 19.                  | <i>Los gremios médicos del país miran con esperanza la creación de una empresa pública</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY04RTDxvma/">https://www.instagram.com/p/DY04RTDxvma/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 20.                  | <i>Habitantes del noroeste de #Guayaquil reportaron un incremento informal</i>             | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2g5UnhIrk/">https://www.instagram.com/p/DY2g5UnhIrk/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 21.                  | <i>EC Rosas ecuatorianas estarán presentes en la gran final de la Champions League,</i>    | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2wbTevM8k/">https://www.instagram.com/p/DY2wbTevM8k/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>10<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>11<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>12<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>13<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>14<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 22.                  | <i>Europa enfrenta una inesperada ola de calor que ha elevado las temperaturas hasta 10 grados</i>                          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY26zMHBaJe/">https://www.instagram.com/p/DY26zMHBaJe/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 23.                  | <i>¿Podrán las cucarachas ciborg proteger infraestructuras críticas y rescatar a personas de entre los escombros?</i>       | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3Gvp8BXwb/">https://www.instagram.com/p/DY3Gvp8BXwb/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 24.                  | <i>En las redes sociales se preguntan sobre los viajes a #EEUU y la compra de las entradas para el Mundial 2026</i>         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3Z803FNDS/">https://www.instagram.com/p/DY3Z803FNDS/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 25.                  | <i>personajes queridos de la televisión nacional reviven y evolucionan con sus ocurrencias.</i>                             | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3iO2JgOkv/">https://www.instagram.com/p/DY3iO2JgOkv/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 26.                  | <i>se activa con campañas de vacunación</i>                                                                                 | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3kAzVDvKq/">https://www.instagram.com/p/DY3kAzVDvKq/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 27.                  | <i>Un recluso de la cárcel del Encuentro falleció en Santa Elena presentando presuntos signos de desnutrición.</i>          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4kg47qkiu/">https://www.instagram.com/p/DY4kg47qkiu/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 28.                  | <i>El menor de 15 años, víctima colateral de un ataque armado, requiere insumos médicos urgentes para una neurocirugía.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5WCy1PO8-/">https://www.instagram.com/p/DY5WCy1PO8-/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>15<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>16<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>17<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>18<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>19<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>20<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>21<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                        | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 29.                  | <i>El riesgo de incendios aumenta en tres provincias debido al incremento de las temperaturas y la reducción de la humedad.</i>     | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5fk6ah2rm/">https://www.instagram.com/p/DY5fk6ah2rm/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 30.                  | <i>AF Roya Karimi escapó del matrimonio infantil y la violencia en Afganistán para rehacer su vida en Noruega.</i>                  | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5rl_GBuk/">https://www.instagram.com/p/DY5rl_GBuk/</a>   | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 31.                  | <i>a que las temperaturas extremas han cambiado la cotidianidad de todos en estos días</i>                                          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY6DkN7t7LN/">https://www.instagram.com/p/DY6DkN7t7LN/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 32.                  | <i>5 provincias tendrán suspensiones temporales del servicio eléctrico.</i>                                                         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY6FRMsxR1M/">https://www.instagram.com/p/DY6FRMsxR1M/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 33.                  | <i>Vuelven los cortes de luz en distintas zonas del país.</i>                                                                       | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY6KeLZx5m-/">https://www.instagram.com/p/DY6KeLZx5m-/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 34.                  | <i>Un alto oficial de la Policía Nacional, mientras informaba sobre la detención de tres implicados en ataques con explosivos</i>   | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7KJaXKHta/">https://www.instagram.com/p/DY7KJaXKHta/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 35.                  | <i>Cerca de las 08:00 de la mañana del jueves, fue encontrado el cadáver de un hombre en el interior del edificio Multicomercio</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7MHPRu74Y/">https://www.instagram.com/p/DY7MHPRu74Y/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>22<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>23<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>24<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>25<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>26<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>27<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>28<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                           | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 36.                  | <i>Hay personas que no solo dirigen un equipo... dirigen la ilusión de todo un país. EC</i>                                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7WmQUzTuD/">https://www.instagram.com/p/DY7WmQUzTuD/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 37.                  | <i>Un grupo de 400 niños de los cantones de #Durán y #Guayaquil tendrá la oportunidad de cumplir el sueño de volar por primera vez en un avión</i>     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7cwiDuOiO/">https://www.instagram.com/p/DY7cwiDuOiO/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 38.                  | <i>Los cortes de luz programados comenzarán durante la madrugada de este sábado en 54 cantones de 13 provincias</i>                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8LMOsBcl/">https://www.instagram.com/p/DY8LMOsBcl/</a>   | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 39.                  | <i>El charrán ártico vuela alrededor de todo el planeta cada año, pero el cambio climático podría estar amenazándolo.</i>                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8QUlehYgf/">https://www.instagram.com/p/DY8QUlehYgf/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 40.                  | <i>Hidroeléctricas, refinerías, sobrepagos y millones de dólares en sospecha. ¿Por qué el sector energético es en el gran festín de la corrupción?</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8VdFJxv37/">https://www.instagram.com/p/DY8VdFJxv37/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 41.                  | <i>Se mantiene la conversación digital sobre los cortes de energía eléctrica</i>                                                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8kZpuirxz/">https://www.instagram.com/p/DY8kZpuirxz/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 42.                  | <i>se quedó sin su estrella en el Giro de Italia. Jhonatan Narváez se retiró de la competencia durante la etapa 19.</i>                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8qH2EE6Cd/">https://www.instagram.com/p/DY8qH2EE6Cd/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>29<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>30<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>31<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>32<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>33<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>34<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>35<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 5                           | 5                           | 1                           | 1                           | 1                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                    | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 43.                  | <i>El uso de satélites para las comunicaciones de emergencia a través de teléfonos móviles ya es una tecnología disponible en muchos países</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY9yLXRhKc3/">https://www.instagram.com/p/DY9yLXRhKc3/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 44.                  | <i>Dos estudios ecuatorianos se ganaron nueve premios en la final Game Jam Plus</i>                                                             | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY90w58ladY/">https://www.instagram.com/p/DY90w58ladY/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 45.                  | <i>Afectados por el incendio ocurrido en febrero, y vecinos del sector, reclaman que hacen faltas controles de la zona.</i>                     | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-Q4KDKUHs/">https://www.instagram.com/p/DY-Q4KDKUHs/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 46.                  | <i>El ratón colilargo, una especie endémica de los bosques del Sur propaga con mucha facilidad el virus en entornos oscuros y húmedos.</i>      | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAXA-shj3K/">https://www.instagram.com/p/DZAXA-shj3K/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>36<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>37<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>38<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>39<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 5                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 30. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                   | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1.                   | <i>¡Cortaban el cabello y también a las personas!</i>                                                                                          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYyDB_4O8f8/">https://www.instagram.com/p/DYyDB_4O8f8/</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 2.                   | <i>En dos acciones de control en #Guayaquil detectamos un centenar de cosméticos sin notificación sanitaria, y más de 113 mil dispositivos</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBhm_UunEr/">https://www.instagram.com/p/DZBhm_UunEr/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 31. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA.

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                      | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1.                   | <i>Personal de la Policía ingresó a la Asamblea Nacional interpretando piezas musicales como parte del protocolo de recepción</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuNgFRuVer/">https://www.instagram.com/p/DYuNgFRuVer/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 2.                   | <i>La Policía detuvo a dos presuntos integrantes de una estructura delictiva vinculada a minería ilegal</i>                       | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuUjm1OVav/">https://www.instagram.com/p/DYuUjm1OVav/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 3.                   | <i>La ceremonia conmemorativa por los 204 años de la Batalla de Pichincha</i>                                                     | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuYHqZPxIt/">https://www.instagram.com/p/DYuYHqZPxIt/</a> |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 4.                   | <i>El ministro del Interior, John Reinberg, arribó al pleno de la Asamblea Nacional</i>                                           | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYubOCIVD8O/">https://www.instagram.com/p/DYubOCIVD8O/</a> |                       |                       |                                                      |                                            |                                                                                 |
| 5.                   | <i>El presidente Daniel Noboa reafirmó el respaldo de su Gobierno a las FF. AA.</i>                                               | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYucHpHPt8a/">https://www.instagram.com/p/DYucHpHPt8a/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 6.                   | <i>El ministro del Interior, Gian Carlo Loffredo arribó a la Asamblea Nacional como parte de las autoridades del Gobierno</i>     | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYudlh0vT2P/">https://www.instagram.com/p/DYudlh0vT2P/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 7.                   | <i>Anabella Azín hizo su ingreso al salón del pleno de la Asamblea Nacional</i>                                                   | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYueZ57PfN1/">https://www.instagram.com/p/DYueZ57PfN1/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          | 3                          |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 8.                   | <i>Daniel Noboa, presidente de la República, y Niels Olsen</i>                                                                                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYugW9LvixF/">https://www.instagram.com/p/DYugW9LvixF/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 9.                   | <i>¿Quieres emprender? Con el Plan Eco Retiro accede a un bono de hasta USD 17 mil para iniciar tu negocio y apoyar a tu familia.</i>                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYujJ_dhRGn/">https://www.instagram.com/p/DYujJ_dhRGn/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 10.                  | <i>Hasta 10 años en cana podría enfrentar Eileen Wang, la exalcaldesa de Arcadia que admitió haber actuado a favor del gobierno chino dentro de Estados Unidos.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYujJiLBcBz/">https://www.instagram.com/p/DYujJiLBcBz/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 11.                  | <i>Paga la pensión sin complicarte tanto, porque ahora el cyber de tu cuadra también es Mi Banco.</i>                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYup_vnhKF0/">https://www.instagram.com/p/DYup_vnhKF0/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 12.                  | <i>Un incendio en una embarcación fue reportado la mañana de este domingo 24 de mayo en el cantón La Libertad</i>                                                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYu3LcNv0H5/">https://www.instagram.com/p/DYu3LcNv0H5/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 13.                  | <i>Andrés Guschmer nos cuenta en exclusiva una anécdota de Daniel Noboa antes de ser presidente y responde</i>                                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYu54SRP0aI/">https://www.instagram.com/p/DYu54SRP0aI/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 14.                  | <i>Nos vendieron una leyenda, pero el héroe sí existió.</i>                                                                                                         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYvWfB8NY0r/">https://www.instagram.com/p/DYvWfB8NY0r/</a> | 24 de mayo            | 24 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>10<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>11<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>12<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>13<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>14<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                          | 1                          | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                          | 1                          | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                          | 3                          | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                          | 5                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                              | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 15.                  | <i>Las Fuerzas Armadas ejecutaron un operativo en Chical que dejó un camión retenido.</i>                                                                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw9wmOOHLO/">https://www.instagram.com/p/DYw9wmOOHLO/</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 16.                  | <i>Cóndor andino Ares, identificado como el cóndor número 6 de Pichincha, inició el pasado 25 de marzo su tercer proceso reproductivo</i>                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxAofeO-yR/">https://www.instagram.com/p/DYxAofeO-yR/</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 17.                  | <i>Un puma mur1ó tras ser atrop3llado por una camioneta en la vía hacia Gualaceo, durante el feriado.</i>                                                                                 | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYxPs-mvVBW/">https://www.instagram.com/p/DYxPs-mvVBW/</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 18.                  | <i>La Policía Nacional del Ecuador capturó a cuatro sujetos presuntamente</i>                                                                                                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYza_vGOeEw/">https://www.instagram.com/p/DYza_vGOeEw/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 19.                  | <i>Marco Acosta, gerente general del BIESS, informó que el programa "Credi Casa" ha alcanzado 1.600 solicitudes evaluadas</i>                                                             | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0SjkOPQMA/">https://www.instagram.com/p/DY0SjkOPQMA/</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 20.                  | <i>Así fue el momento en que el vuelo LA1376 de LATAM Airlines Group presentó un percance durante la aproximación al aeropuerto de Cuenca.</i>                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0TZHsvZxU/">https://www.instagram.com/p/DY0TZHsvZxU/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 21.                  | <i>Marco Acosta, gerente general del BIESS, aseguró que la administración de los fondos relacionados con jubilados y afiliados ha tenido cambios durante el gobierno de Daniel Noboa.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0UBYCP4ZA/">https://www.instagram.com/p/DY0UBYCP4ZA/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>15<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>16<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>17<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>18<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>19<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>20<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>21<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                      | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 22.                  | <i>Guayaquil registra un nuevo hecho de violencia en las inmediaciones del centro comercial</i>                                                                                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0XqYQvhN6/">https://www.instagram.com/p/DY0XqYQvhN6/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 23.                  | <i>Científicos descubrieron en las Galápagos un mini pulpo azul jamás visto antes. Dale play para ver lo hermoso que es.</i>                                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0ZRYKvXrm/">https://www.instagram.com/p/DY0ZRYKvXrm/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 24.                  | <i>"Perla Andina" es el reflejo del esfuerzo de nuestra gente en Sigchos. Gracias a Ecuayapa, sus productos de mortiño ahora llegan a rincones que antes parecían imposibles.</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0ekujP-HB/">https://www.instagram.com/p/DY0ekujP-HB/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 25.                  | <i>A partir de enero de 2027, el pasaje de bus en Quito subirá 5 centavos.</i>                                                                                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0idNoiaJ4/">https://www.instagram.com/p/DY0idNoiaJ4/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 26.                  | <i>Las cámaras del ECU911 detectaron a una persona que intentaba lanzarse desde el Puente de la Unidad Nacional, en Durán</i>                                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0jHOKP-JS/">https://www.instagram.com/p/DY0jHOKP-JS/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 27.                  | <i>Un criminal disfrazado, contenedores vacíos y millones de dólares en juego.</i>                                                                                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0jvNImVSc/">https://www.instagram.com/p/DY0jvNImVSc/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 28.                  | <i>Así se ve cumplir el sueño de tener tu primera vivienda propia con Credicasa</i>                                                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0l3nDP0kl/">https://www.instagram.com/p/DY0l3nDP0kl/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>22<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>23<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>24<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>25<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>26<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>27<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>28<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 5                           | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                                        | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 29.                  | <i>El ébola vuelve a generar preocupación mundial. La OMS encendió las alarmas tras advertir sobre un nuevo brote que mantiene bajo vigilancia a varios países. ¿Debemos asustarnos en Ecuador?</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0rleUCD0P/">https://www.instagram.com/p/DY0rleUCD0P/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 30.                  | <i>Un cargamento de medicinas se aproxima al Ecuador directamente desde La India</i>                                                                                                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0uCmoN9qS/">https://www.instagram.com/p/DY0uCmoN9qS/</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 31.                  | <i>La indignación se tomó la Ciudadela Huancavilca</i>                                                                                                                                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2O7o8v_lG/">https://www.instagram.com/p/DY2O7o8v_lG/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 32.                  | <i>Un estudiante de 17 años fue at4cado por un adulto ajeno a la unidad educativa en Ciudad Bicentenario</i>                                                                                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2bOtcIZRG/">https://www.instagram.com/p/DY2bOtcIZRG/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 33.                  | <i>El asambleísta Javier Ordóñez encendió las alarmas tras denunciar el “paupérrimo”</i>                                                                                                            | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2dpDyvCUU/">https://www.instagram.com/p/DY2dpDyvCUU/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 34.                  | <i>La asambleísta Lucía Jaramillo denunció en rueda de prensa el polémico “Sistema Sucre”</i>                                                                                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2ehj0vwlB/">https://www.instagram.com/p/DY2ehj0vwlB/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 35.                  | <i>La Policía Nacional dec0misó más de 64 kilos de clorhidrato de coc4ina ocultos</i>                                                                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2fnfCjDGh/">https://www.instagram.com/p/DY2fnfCjDGh/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>29<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>30<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>31<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>32<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>33<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>34<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>35<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 5                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                             | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 36.                  | <i>¡Fuerte reclamo en el legislativo! El asambleísta Andrés Castillo arremetió contra el Municipio de Quito</i>                                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2jX03Pg78/">https://www.instagram.com/p/DY2jX03Pg78/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 37.                  | <i>Una pareja fue atacada a tiros durante un intento de robo de vehículo en el sector de La Argelia</i>                                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2mPpuPdRV/">https://www.instagram.com/p/DY2mPpuPdRV/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 38.                  | <i>El expresidente, Lenín Moreno, aseguró que las irregularidades en Coca Codo Sinclair</i>                                                              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2zwVvfvVz/">https://www.instagram.com/p/DY2zwVvfvVz/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 39.                  | <i>El expresidente, Lenín Moreno, en una entrevista con Freddy Paredes</i>                                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY20Z2OPHyv/">https://www.instagram.com/p/DY20Z2OPHyv/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 40.                  | <i>Un ladrón pensó que estaba paseando tranquilo por una feria hasta que un "león</i>                                                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY26h2-ypDL/">https://www.instagram.com/p/DY26h2-ypDL/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 41.                  | <i>La Posta se tomó los pasillos de la Asamblea Nacional para traer los testimonios clave de la jornada. Por un lado, la asambleísta Lucía Jaramillo</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY27F7JvTtY/">https://www.instagram.com/p/DY27F7JvTtY/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 42.                  | <i>El Metro de Quito y los ciudadanos usuarios del medio de transporte estarían en grave riesgo por su falta de mantenimiento.</i>                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY28vNTP-8A/">https://www.instagram.com/p/DY28vNTP-8A/</a> | 27 de mayo           | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>36<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>37<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>38<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>39<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>40<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>41<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>42<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                                                                 | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 43.                  | <i>¡Los ríos están al tope! @jorgenavarretelio viajó a Misahuallí y constató cómo se encuentra</i>                                                                                                                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3CcA6jEH9/">https://www.instagram.com/p/DY3CcA6jEH9/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 44.                  | <i>Manchas te cuenta la historia del "ángel del cerro Puñay", el valiente peludo que salvó la vida del pequeño Lucas</i>                                                                                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3DepNvTsd/">https://www.instagram.com/p/DY3DepNvTsd/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 45.                  | <i>Dayanara, la gran artista ecuatoriana nos envía un mensaje a todos los quiteños</i>                                                                                                                                       | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3Euq6v16V/">https://www.instagram.com/p/DY3Euq6v16V/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 46.                  | <i>Luchamos con tenacidad para transformar cada sueño de las familias ecuatorianas en realidad.</i>                                                                                                                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3HOUvvO2V/">https://www.instagram.com/p/DY3HOUvvO2V/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 47.                  | <i>Lo que antes era trampa, ahora es parte de la competencia. Las llamadas "Olimpiadas de los esteroides"</i>                                                                                                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3I_7LvdZt/">https://www.instagram.com/p/DY3I_7LvdZt/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 48.                  | <i>Nunca, nunca hagas el mal<br/>Ni maltrates a un animal<br/>Ser agresivo con perro o gato<br/>Hace que nos veamos mal todo el rato<br/>La ley aplica sanciones sin paciencia<br/>Pero peor será tu cargo de conciencia</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3PcS9AYgX/">https://www.instagram.com/p/DY3PcS9AYgX/</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 49.                  | <i>La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros alertó sobre 354 compañías mercantiles que incluyen en su objeto social la oferta de educación de tercer nivel</i>                                                    | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3R9xGtB-/">https://www.instagram.com/p/DY3R9xGtB-/</a>   | 27 de mayo            | 27 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>43<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>44<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>45<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>46<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>47<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>48<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>49<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                          | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 50.                  | <i>Un incendio de gran magnitud consumió una vivienda ubicada en las calles Antepara y Alcedo</i>     | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4h7Ceuk1M/">https://www.instagram.com/p/DY4h7Ceuk1M/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 51.                  | <i>Todos quieren invertir... pero pocos saben cuándo empezar</i>                                      | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5DWRQk5OG/">https://www.instagram.com/p/DY5DWRQk5OG/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 52.                  | <i>Comer a escondidas ahora es una competencia viral.</i>                                             | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5FoAfPlgl/">https://www.instagram.com/p/DY5FoAfPlgl/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 53.                  | <i>Paga la pensión sin complicarte tanto, porque ahora el cyber de tu cuadra también es Mi Banco.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5K-1dhmoX/">https://www.instagram.com/p/DY5K-1dhmoX/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 54.                  | <i>Cuando el sueño es grande, cada detalle importa... incluso el interés</i>                          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5R0e7hPlz/">https://www.instagram.com/p/DY5R0e7hPlz/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 55.                  | <i>¡El festival más grande del Ecuador vuelve más épico que nunca!</i>                                | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5bsktPycF/">https://www.instagram.com/p/DY5bsktPycF/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 56.                  | <i>Ares, un cóndor andino monitoreada desde hace años en Pichincha</i>                                | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5p7TVvijY/">https://www.instagram.com/p/DY5p7TVvijY/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>50<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>51<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>52<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>53<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>54<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>55<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>56<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                               | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 57.                  | <i>El comandante de la Zona 7 de la Policía Nacional cuestionó las actuaciones de un fiscal en El Oro</i>                                                                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5qxL3tUVR/">https://www.instagram.com/p/DY5qxL3tUVR/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 58.                  | <i>La vida casi le arrebató todo. Años después, el periodista ecuatoriano, Sebastián Carrillo acumula cinco Emmys</i>                                                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5tlhePyvH/">https://www.instagram.com/p/DY5tlhePyvH/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 59.                  | <i>¡Directo desde la fuente! Conversamos con el director del IESS sobre la gestión presidencial en el Seguro Social.</i>                                                                   | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5x5oSvSdt/">https://www.instagram.com/p/DY5x5oSvSdt/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 60.                  | <i>¡Los piques de la Shyris!</i>                                                                                                                                                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5zaeQvWLN/">https://www.instagram.com/p/DY5zaeQvWLN/</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 61.                  | <i>La concejal Diana González informó en una entrevista en La Voz del Tomebamba que este 29 de mayo acudirá a una audiencia por una demanda penal interpuesta por el alcalde de Cuenca</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7OiGSOpzr/">https://www.instagram.com/p/DY7OiGSOpzr/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 62.                  | <i>El senador estadounidense Bernie Moreno señaló que la lucha del gobierno ecuatoriano contra los grupos n4rcotrafc4ntes es ejemplar</i>                                                  | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7hOvdmIwl/">https://www.instagram.com/p/DY7hOvdmIwl/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 63.                  | <i>El expresidente del TSE, Medardo Oleas, aseguró que Unidad Popular debería participar en las elecciones de noviembre</i>                                                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY764LuvZc/">https://www.instagram.com/p/DY764LuvZc/</a>   | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>57<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>58<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>59<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>60<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>61<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>62<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>63<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                    | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 64.                  | <i>El expresidente del TSE, Medardo Oleas, advirtió que el narcotráfico y la minería ilegal tendrían influencia en las próximas elecciones.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY78Zn5v5UU/">https://www.instagram.com/p/DY78Zn5v5UU/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 65.                  | <i>Un barco se hundió en el sector de Puerto López, Manabí, generando preocupación entre pescadores</i>                                         | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7-d24v9tH/">https://www.instagram.com/p/DY7-d24v9tH/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 66.                  | <i>¿Chao a la Alcaldía?<br/>El TCE sancionó en primera instancia a Cristian Zamora con 6 meses sin derechos de participación política</i>       | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8EBVfpNi/">https://www.instagram.com/p/DY8EBVfpNi/</a>   | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 67.                  | <i>Un vehículo en aparentes malas condiciones mecánicas fue captado circulando por las calles de Guayaquil</i>                                  | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8GJBMvyji/">https://www.instagram.com/p/DY8GJBMvyji/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 68.                  | <i>Jorge Villamizar nos confesó que temas como "Tabaco y Chanel"</i>                                                                            | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8Lf7MP-ev/">https://www.instagram.com/p/DY8Lf7MP-ev/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 69.                  | <i>Quiso darle Coca-Cola a una tribu aislada y terminó deportado. Aquí te contamos</i>                                                          | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8Wdc0tp8e/">https://www.instagram.com/p/DY8Wdc0tp8e/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 70.                  | <i>Daniel Noboa anunció que la tasa de seguridad aplicada a Colombia será eliminada desde el 1 de junio de 2026.</i>                            | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8aDQ2Nfz8/">https://www.instagram.com/p/DY8aDQ2Nfz8/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>64<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>65<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>66<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>67<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>68<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>69<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>70<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 1                           | 1                           | 1                           | 5                           | 5                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                     | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 71.                  | <i>¡Full Armas en una sola casa! Los Choneros tenían cosas tan sofisticadas, similares a las que usan las Fuerzas Armadas, pero la ley les cayó y todo fue decomisado</i>        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8fp11Nxft/">https://www.instagram.com/p/DY8fp11Nxft/</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 72.                  | <i>Una cámara de seguridad instalada en un bus de la cooperativa Sucúa registró el momento exacto del accidente múltiple</i>                                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY9-b3_x0QH/">https://www.instagram.com/p/DY9-b3_x0QH/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 73.                  | <i>¿Un atentado te puede hacer ganar una elección?</i>                                                                                                                           | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY9_8PIBOzg/">https://www.instagram.com/p/DY9_8PIBOzg/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 74.                  | <i>La Policía aprehendió a una mujer que estaría vinculada a extorsiones mediante la colocación de cargas explosivas en viviendas y negocios de Machala, provincia de El Oro</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-owSVROvW/">https://www.instagram.com/p/DY-owSVROvW/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 75.                  | <i>Si semana te desconectaste, tranqui... aquí están</i>                                                                                                                         | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-2vmLxqlU/">https://www.instagram.com/p/DY-2vmLxqlU/</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 76.                  | <i>Imagina perder a tu hijo y luego fallar a manos de un gobierno dictatorial por expresar tu gusto en la moda</i>                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAKyAthSF5/">https://www.instagram.com/p/DZAKyAthSF5/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 77.                  | <i>Europa pidió una funda barata en Temu y le llegó una multa de 200 MILLONES.</i>                                                                                               | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5Uj1NPpab/">https://www.instagram.com/p/DY5Uj1NPpab/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>71<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>72<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>73<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>74<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>75<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>76<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>77<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 1                           | 5                           | 1                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                           | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                       | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Tipo de audio: voz, música, sonido ambiente o mixto. | Presencia de subtítulos: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 78.                  | <i>Si un retoque te quieres hacer<br/>Debes ver bien dónde vas a caer</i>                                                              | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY53kotFJQn/">https://www.instagram.com/p/DY53kotFJQn/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 79.                  | <i>Más de 42 familias de Santo Domingo hacen realidad el sueño de la casa propia gracias a CrediCasa,</i>                              | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY59YCTtObo/">https://www.instagram.com/p/DY59YCTtObo/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |
| 80.                  | <i>a ministra de Gobierno, Nataly Morillo, supervisó los mantenimientos programados en el sistema eléctrico en Alangasí, Pichincha</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY-onZnRVXt/">https://www.instagram.com/p/DY-onZnRVXt/</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | Mixto                                                | Si                                         | Likes / Comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                                               | CONTENIDO<br>78<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>79<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>80<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La imagen y el pie de foto facilitan comprender el tema y permiten que la audiencia responda, comente, comparta o relacione la información con su realidad. | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, reacciones argumentadas, respuestas de la cuenta o interacción relacionada con la imagen y su pie de foto.              | 1                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El pie de foto invita a comentar, compartir, guardar, verificar, consultar una fuente, prevenir o actuar frente al tema.                                    | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre imagen, pie de foto, fuentes, tono y finalidad informativa.                                                                         | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | La publicación forma parte de una campaña, tema recurrente, cobertura o seguimiento informativo.                                                            | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | La imagen o el pie de foto permite identificar quién comunica, quién aparece como actor visible o qué cuenta asume la responsabilidad del contenido.        | 5                           | 1                           | 1                           |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | La fotografía muestra una acción, hecho, escenario, evidencia, actor social o situación real, no solo un diseño decorativo.                                 | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | La imagen funciona como evidencia visual del tema y ayuda a comprender el contenido antes de leer el pie de foto.                                           | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | La publicación aborda un tema vinculado con salud, educación, seguridad, derechos, ambiente, ciencia, ciudadanía o vida cotidiana.                          | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | La imagen o el pie de foto presenta un problema, alerta, riesgo, pregunta, duda, amenaza o situación que debe atenderse.                                    | 3                           | 3                           | 3                           |
| Storydoing | 11. Simbología propia                     | La publicación usa logo, colores, estilo gráfico, encuadre, tipografía, tono o recursos visuales propios de la cuenta.                                      | 5                           | 5                           | 5                           |
| Storydoing | 12. Secuencia y causalidad                | El pie de foto explica contexto, causa y consecuencia del hecho o tema presentado en la imagen.                                                             | 5                           | 5                           | 5                           |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La imagen, titular o primera línea del pie de foto capta la atención por claridad, relevancia o impacto visual.                                                                                    | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | La publicación deja una frase, dato, imagen, símbolo o aprendizaje fácil de recordar.                                                                                                              | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | La publicación organiza el mensaje con inicio o contexto, desarrollo del problema y cierre o recomendación dentro de la imagen y el pie de foto; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | El mensaje principal se entiende con lenguaje sencillo, idea central clara, imagen pertinente y pie de foto ordenado.                                                                              | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La relación entre fotografía, diseño, texto en imagen y pie de foto ayuda a comprender el tema.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El pie de foto incluye fuente, dato, institución, enlace, referencia o contexto verificable.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido responde a una necesidad o interés de la audiencia y aporta información útil, aplicable o necesaria.                                                                                  | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | La imagen tiene buena legibilidad, contraste y el pie de foto puede leerse con facilidad desde el celular.                                                                                         | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 6. Neutralidad o ausencia de sesgo | El contenido diferencia datos, opiniones y recomendaciones, evitando titulares exagerados, manipulados o sesgados.                                                                                 | 5 | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

Tabla 32. MATRIZ DE CONTENIDOS FORMATO CARRUSEL

Tabla 33. FICHA DE OBSERVACIÓN ECUAVISANOTICIAS

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                              | Ámbito del contenido: local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Número de láminas | Lámina de cierre con recomendación o llamado: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1                    | <i>Ecuador enfrenta días de calor intenso y radiación UV extrema.</i>                                                     | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY2jaHQAeJ7/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY2jaHQAeJ7/?img_index=1</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | 5                 | recomendación                                                   | likes / comentarios                                                             |
| 2                    | <i>Decenas de bomberos atienden la noche de este miércoles 27 de mayo un incendio de alarma 3 en una vivienda ubicada</i> | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3dLWODtbK/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY3dLWODtbK/?img_index=1</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 3                    | <i>Mauricio Mayorga cumplió poco más de un año como director general del Servicio de Atención a Personas</i>              | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7LIgboF15/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY7LIgboF15/?img_index=1</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 4                    | <i>Conozcan a Hua Hong Zhong, un joven cantante de 13 años que se ha convertido en un fenómeno</i>                        | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY7d5OSjleu/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DY7d5OSjleu/?img_index=3</a> | 29 de mayo            | 29 de mayo            | 6                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 5                    | <i>¿Se tenía que decir y se dijo! La papa es puro amor en cada bocado.</i>                                                | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DY91orVAOTg/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY91orVAOTg/?img_index=1</a> | 30 de mayo            | 30 de mayo            | 7                 | si                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 6                    | <i>Al no poder participar en elecciones, la organización obtendrá cero votos</i>                                          | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DZArkJEDIVZ/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZArkJEDIVZ/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 7                    | <i>34 minutos con 26 segundos duró el primer Informe a la Nación</i>                                                      | Nacional.                               | <a href="https://www.instagram.com/p/DYuugXQoMeF/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DYuugXQoMeF/?img_index=2</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 10                | no                                                              | likes / comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                  | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>7<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La secuencia de láminas invita a continuar deslizando, responder, comentar, guardar, compartir o aplicar lo explicado.         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta o interacción vinculada con el contenido del carrusel.             | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El carrusel o pie de foto invita a guardar, compartir, comentar, verificar, consultar una fuente o aplicar una recomendación.  | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre diseño, datos, fuentes, imágenes, tono y finalidad informativa.                                        | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El carrusel forma parte de una serie, campaña, cobertura, guía o seguimiento de un tema.                                       | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El carrusel identifica la cuenta, vocero, institución o actor que guía la información y asume la experiencia comunicativa.     | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | Las láminas muestran procesos, pasos, ejemplos, datos comparativos, evidencias o acciones concretas relacionadas con el tema.  | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | El carrusel utiliza imágenes, gráficos, capturas, íconos o diseños como evidencia o apoyo informativo.                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, derechos, ambiente, seguridad, ciencia o vida cotidiana. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El carrusel plantea un problema, mito, riesgo, duda, amenaza, mala práctica o pregunta que organiza el contenido.              | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 11. Simbología propia              | Las láminas mantienen identidad visual reconocible: logo, colores, tipografía, estilo gráfico y tono comunicativo.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad         | Las láminas siguen un orden lógico, explican causas y consecuencias, o avanzan paso a paso hacia una conclusión.                                                                                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La portada y las primeras láminas captan la atención con título directo, pregunta, dato importante o diseño claro.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El carrusel deja una idea, frase, dato, secuencia o recomendación fácil de recordar.                                                                                                               | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El carrusel presenta portada o introducción, desarrollo del problema o información central, y lámina final con cierre, solución o recomendación; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | Cada lámina presenta información breve, ordenada y fácil de entender, sin saturar al lector.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La combinación de texto, imagen, gráficos, iconos y pie de foto cumple una función explicativa.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El carrusel incluye fuentes, datos, instituciones, referencias o contexto que permita verificar la información.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido resuelve dudas, orienta decisiones o aporta información aplicable a la audiencia joven o ciudadanía.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | Las láminas tienen letra legible, contraste adecuado, orden visual y facilidad de lectura desde el celular.                                                                                        | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|                                                    |                                       |                                                                                                                       |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| Producción,<br>contenido<br>informativo<br>digital | 6. Neutralidad o<br>ausencia de sesgo | El carrusel distingue datos, opiniones y<br>recomendaciones, evitando sesgos,<br>exageraciones o manipulación visual. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Número de contenido. | Tema central                                                                                                                                                                       | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Número de láminas | Lámina de cierre con recomendación o llamado: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 8                    | <i>El presidente Daniel Noboa anunció que el Gobierno hará una compra masiva de medicamentos a la #India para paliar el desabastecimiento en los hospitales públicos del país.</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0efzaAWU0/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0efzaAWU0/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 9                    | <i>El papa León XIV pidió luchar contra el dominio de la inteligencia artificial</i>                                                                                               | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY4-mZToEmZ/?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DY4-mZToEmZ/?img_index=2</a> | 28 de mayo            | 28 de mayo            | 4                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                  | CONTENIDO<br>8<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>9<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La secuencia de láminas invita a continuar deslizando, responder, comentar, guardar, compartir o aplicar lo explicado.         | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta o interacción vinculada con el contenido del carrusel.             | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El carrusel o pie de foto invita a guardar, compartir, comentar, verificar, consultar una fuente o aplicar una recomendación.  | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre diseño, datos, fuentes, imágenes, tono y finalidad informativa.                                        | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El carrusel forma parte de una serie, campaña, cobertura, guía o seguimiento de un tema.                                       | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El carrusel identifica la cuenta, vocero, institución o actor que guía la información y asume la experiencia comunicativa.     | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | Las láminas muestran procesos, pasos, ejemplos, datos comparativos, evidencias o acciones concretas relacionadas con el tema.  | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | El carrusel utiliza imágenes, gráficos, capturas, íconos o diseños como evidencia o apoyo informativo.                         | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, derechos, ambiente, seguridad, ciencia o vida cotidiana. | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El carrusel plantea un problema, mito, riesgo, duda, amenaza, mala práctica o pregunta que organiza el contenido.              | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| Storydoing                                | 11. Simbología propia              | Las láminas mantienen identidad visual reconocible: logo, colores, tipografía, estilo gráfico y tono comunicativo.                                                                                 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad         | Las láminas siguen un orden lógico, explican causas y consecuencias, o avanzan paso a paso hacia una conclusión.                                                                                   | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La portada y las primeras láminas captan la atención con título directo, pregunta, dato importante o diseño claro.                                                                                 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El carrusel deja una idea, frase, dato, secuencia o recomendación fácil de recordar.                                                                                                               | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El carrusel presenta portada o introducción, desarrollo del problema o información central, y lámina final con cierre, solución o recomendación; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | Cada lámina presenta información breve, ordenada y fácil de entender, sin saturar al lector.                                                                                                       | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La combinación de texto, imagen, gráficos, íconos y pie de foto cumple una función explicativa.                                                                                                    | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El carrusel incluye fuentes, datos, instituciones, referencias o contexto que permita verificar la información.                                                                                    | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido resuelve dudas, orienta decisiones o aporta información aplicable a la audiencia joven o ciudadanía.                                                                                  | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | Las láminas tienen letra legible, contraste adecuado, orden visual y facilidad de lectura desde el celular.                                                                                        | 5 | 5 |

|                                                    |                                       |                                                                                                                       |   |   |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| Producción,<br>contenido<br>informativo<br>digital | 6. Neutralidad o<br>ausencia de sesgo | El carrusel distingue datos, opiniones y<br>recomendaciones, evitando sesgos,<br>exageraciones o manipulación visual. | 5 | 5 |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|

Tabla 34. FICHA DE OBSERVACIÓN ARCSA

| Número de contenido. | Tema central                                                      | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Número de láminas | Lámina de cierre con recomendación o llamado: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1                    | <i>¡Agua siempre segura para #ElOro</i>                           | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DYw-gb0juvu/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYw-gb0juvu/?img_index=1</a> | 25 de mayo            | 25 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 2                    | <i>¡Contundente golpe a los dispositivos médicos irregulares!</i> | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY0rCA3jtWK/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY0rCA3jtWK/?img_index=1</a> | 26 de mayo            | 26 de mayo            | 17                | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 3                    | <i>¡Trabajamos con responsabilidad social para la salud!</i>      | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DZAzOCkkae-/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZAzOCkkae-/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 12                | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 4                    | <i>¡No al tabaco de contrabando</i>                               | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DZBahpvDpeS/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZBahpvDpeS/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 5                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 5                    | <i>Como parte de la conmemoración del #DíaMundialSinTabaco</i>    | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY8DCPmgfJx/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY8DCPmgfJx/?img_index=1</a> | 29 de mayo            | 31 de mayo            | 19                | no                                                              | likes / comentarios                                                             |
| 6                    | <i>¡Por un país con muchos más emprendimientos!</i>               | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DZASu2nka7O/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DZASu2nka7O/?img_index=1</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 6                 | no                                                              | likes / comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                  | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>3<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>4<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>5<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>6<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La secuencia de láminas invita a continuar deslizando, responder, comentar, guardar, compartir o aplicar lo explicado.         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta o interacción vinculada con el contenido del carrusel.             | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El carrusel o pie de foto invita a guardar, compartir, comentar, verificar, consultar una fuente o aplicar una recomendación.  | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre diseño, datos, fuentes, imágenes, tono y finalidad informativa.                                        | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El carrusel forma parte de una serie, campaña, cobertura, guía o seguimiento de un tema.                                       | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El carrusel identifica la cuenta, vocero, institución o actor que guía la información y asume la experiencia comunicativa.     | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | Las láminas muestran procesos, pasos, ejemplos, datos comparativos, evidencias o acciones concretas relacionadas con el tema.  | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | El carrusel utiliza imágenes, gráficos, capturas, íconos o diseños como evidencia o apoyo informativo.                         | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, derechos, ambiente, seguridad, ciencia o vida cotidiana. | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El carrusel plantea un problema, mito, riesgo, duda, amenaza, mala práctica o pregunta que organiza el contenido.              | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Storydoing                                | 11. Simbología propia              | Las láminas mantienen identidad visual reconocible: logo, colores, tipografía, estilo gráfico y tono comunicativo.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad         | Las láminas siguen un orden lógico, explican causas y consecuencias, o avanzan paso a paso hacia una conclusión.                                                                                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La portada y las primeras láminas captan la atención con título directo, pregunta, dato importante o diseño claro.                                                                                 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El carrusel deja una idea, frase, dato, secuencia o recomendación fácil de recordar.                                                                                                               | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El carrusel presenta portada o introducción, desarrollo del problema o información central, y lámina final con cierre, solución o recomendación; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | Cada lámina presenta información breve, ordenada y fácil de entender, sin saturar al lector.                                                                                                       | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La combinación de texto, imagen, gráficos, íconos y pie de foto cumple una función explicativa.                                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El carrusel incluye fuentes, datos, instituciones, referencias o contexto que permita verificar la información.                                                                                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido resuelve dudas, orienta decisiones o aporta información aplicable a la audiencia joven o ciudadanía.                                                                                  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | Las láminas tienen letra legible, contraste adecuado, orden visual y facilidad de lectura desde el celular.                                                                                        | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|                                                    |                                       |                                                                                                                       |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Producción,<br>contenido<br>informativo<br>digital | 6. Neutralidad o<br>ausencia de sesgo | El carrusel distingue datos, opiniones y<br>recomendaciones, evitando sesgos,<br>exageraciones o manipulación visual. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|

Tabla 35. FICHA DE OBSERVACIÓN LA POSTA

| Número de contenido. | Tema central | Ámbito del contenido : local / nacional. | Enlace de la publicación.                                                                                               | Fecha de publicación. | Fecha de observación. | Número de láminas | Lámina de cierre con recomendación o llamado: sí / no / parcial | Métricas visibles: likes / comentarios / reproducciones / compartidos si aplica |
|----------------------|--------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1                    |              | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY5uDO7jcfx/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DY5uDO7jcfx/?img_index=1</a> | 27 de mayo            | 27 de mayo            | 4                 | recomendación                                                   | likes / comentarios                                                             |
| 2                    |              | Nacional.                                | <a href="https://www.instagram.com/p/DY3JohvDSdp/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/DY3JohvDSdp/?img_index=3</a> | 31 de mayo            | 31 de mayo            | 7                 | recomendación                                                   | likes / comentarios                                                             |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

| Variable   | Dimensión                                 | Indicador adaptado al formato                                                                                                  | CONTENIDO<br>1<br>(1-5/NO) | CONTENIDO<br>2<br>(1-5/NO) |
|------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Storydoing | 1. Narrativa visual participativa         | La secuencia de láminas invita a continuar deslizando, responder, comentar, guardar, compartir o aplicar lo explicado.         | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 2. Participación activa del usuario       | Se observan comentarios, preguntas, respuestas de la cuenta o interacción vinculada con el contenido del carrusel.             | 1                          | 1                          |
| Storydoing | 3. Llamados a la acción                   | El carrusel o pie de foto invita a guardar, compartir, comentar, verificar, consultar una fuente o aplicar una recomendación.  | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 4. Autenticidad percibida                 | Existe coherencia entre diseño, datos, fuentes, imágenes, tono y finalidad informativa.                                        | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 5. Continuidad narrativa                  | El carrusel forma parte de una serie, campaña, cobertura, guía o seguimiento de un tema.                                       | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 6. Presencia del emisor en la experiencia | El carrusel identifica la cuenta, vocero, institución o actor que guía la información y asume la experiencia comunicativa.     | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 7. Acción demostrada                      | Las láminas muestran procesos, pasos, ejemplos, datos comparativos, evidencias o acciones concretas relacionadas con el tema.  | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 8. Registro visual                        | El carrusel utiliza imágenes, gráficos, capturas, íconos o diseños como evidencia o apoyo informativo.                         | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 9. Demanda social y necesidad informativa | El tema responde a una necesidad pública o juvenil: salud, educación, derechos, ambiente, seguridad, ciencia o vida cotidiana. | 5                          | 5                          |
| Storydoing | 10. Desafío explícito                     | El carrusel plantea un problema, mito, riesgo, duda, amenaza, mala práctica o pregunta que organiza el contenido.              | 5                          | 5                          |

|                                           |                                    |                                                                                                                                                                                                    |   |   |
|-------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| Storydoing                                | 11. Simbología propia              | Las láminas mantienen identidad visual reconocible: logo, colores, tipografía, estilo gráfico y tono comunicativo.                                                                                 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 12. Secuencia y causalidad         | Las láminas siguen un orden lógico, explican causas y consecuencias, o avanzan paso a paso hacia una conclusión.                                                                                   | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 13. Atención complementaria        | La portada y las primeras láminas captan la atención con título directo, pregunta, dato importante o diseño claro.                                                                                 | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 14. Memorabilidad                  | El carrusel deja una idea, frase, dato, secuencia o recomendación fácil de recordar.                                                                                                               | 5 | 5 |
| Storydoing                                | 15. Arco tripartito                | El carrusel presenta portada o introducción, desarrollo del problema o información central, y lámina final con cierre, solución o recomendación; puede integrar protagonista, desafío y enseñanza. | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 1. Claridad y comprensibilidad     | Cada lámina presenta información breve, ordenada y fácil de entender, sin saturar al lector.                                                                                                       | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 2. Formato multimedia              | La combinación de texto, imagen, gráficos, íconos y pie de foto cumple una función explicativa.                                                                                                    | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 3. Veracidad o exactitud percibida | El carrusel incluye fuentes, datos, instituciones, referencias o contexto que permita verificar la información.                                                                                    | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 4. Relevancia y utilidad personal  | El contenido resuelve dudas, orienta decisiones o aporta información aplicable a la audiencia joven o ciudadanía.                                                                                  | 5 | 5 |
| Producción, contenido informativo digital | 5. Accesibilidad e inclusión       | Las láminas tienen letra legible, contraste adecuado, orden visual y facilidad de lectura desde el celular.                                                                                        | 5 | 5 |

Elaborado por Allan Reyes. 2026

|                                                    |                                       |                                                                                                                       |   |   |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| Producción,<br>contenido<br>informativo<br>digital | 6. Neutralidad o<br>ausencia de sesgo | El carrusel distingue datos, opiniones y<br>recomendaciones, evitando sesgos,<br>exageraciones o manipulación visual. | 5 | 5 |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|

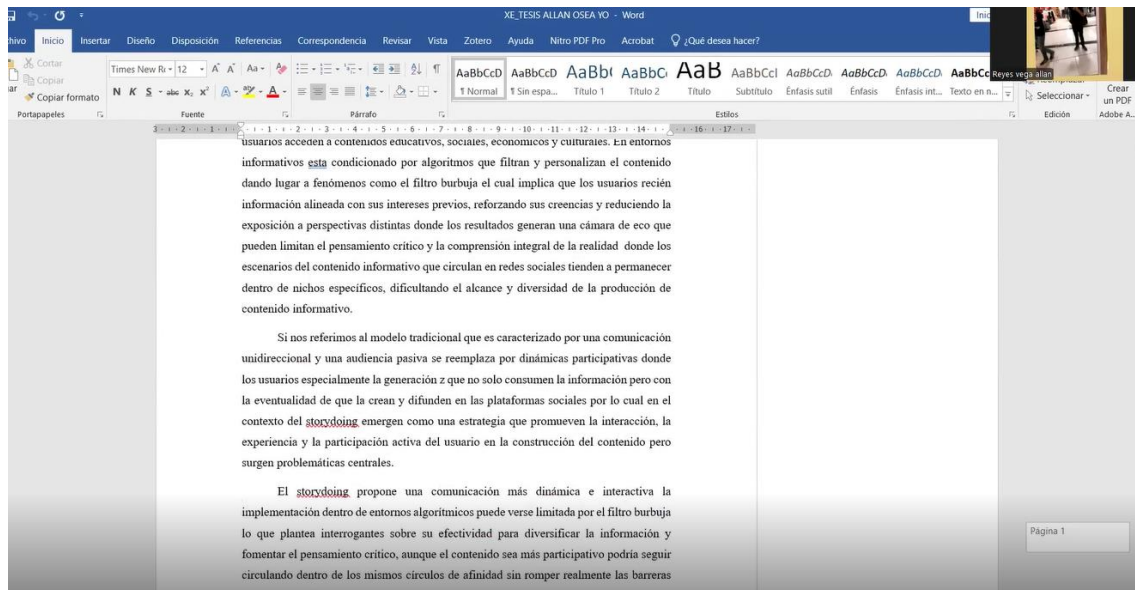
Tabla 36. Tabla Matriz general de síntesis comparativa por formato de publicación.

| Formato                                    | Medio/cuenta              | N.º de contenidos | Puntaje total | Indicadores válidos | Promedio Likert | Nivel           | Interpretación breve           |
|--------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|---------------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|
| Carrusel                                   | Ecuavisa Noticias         | 8                 | 776           | 168                 | 4.62            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| Carrusel                                   | Arcsa Ecuador             | 6                 | 582           | 126                 | 4.62            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| Carrusel                                   | La Posta                  | 2                 | 202           | 42                  | 4.81            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| <b>Total, Carrusel</b>                     | <b>Tres medios</b>        | <b>16</b>         | <b>1560</b>   | <b>336</b>          | <b>4.64</b>     | <b>Muy alto</b> | <b>Cumplimiento sólido.</b>    |
| Video/reel                                 | Ecuavisa Noticias         | 39                | 3731          | 819                 | 4.56            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| Video/reel                                 | Arcsa Ecuador             | 2                 | 186           | 42                  | 4.43            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| Video/reel                                 | La Posta                  | 80                | 7584          | 1680                | 4.51            | Muy alto        | Cumplimiento sólido.           |
| <b>Total, Video/reel</b>                   | <b>Tres medios</b>        | <b>121</b>        | <b>11501</b>  | <b>2541</b>         | <b>4.53</b>     | <b>Muy alto</b> | <b>Cumplimiento sólido.</b>    |
| Fotografía con pie de imagen               | Ecuavisa Noticias         | 103               | 7201          | 2163                | 3.33            | Medio           | Cumplimiento irregular.        |
| Fotografía con pie de imagen               | Arcsa Ecuador             | 14                | 1234          | 294                 | 4.20            | Alto            | Cumplimiento favorable.        |
| Fotografía con pie de imagen               | La Posta                  | 146               | 10658         | 3066                | 3.48            | Alto            | Cumplimiento favorable.        |
| <b>Total, Fotografía con pie de imagen</b> | <b>Tres medios</b>        | <b>263</b>        | <b>19093</b>  | <b>5523</b>         | <b>3.46</b>     | <b>Alto</b>     | <b>Cumplimiento favorable.</b> |
| <b>Total, general</b>                      | <b>Todos los formatos</b> | <b>400</b>        | <b>32154</b>  | <b>8400</b>         | <b>3.83</b>     | <b>Alto</b>     | <b>Cumplimiento favorable.</b> |

Elaborado por Allan Reyes. 2026



## Anexos Tutorías.



 **Echeverria Maggi David Xavier**  
Para: @CHAVEZ BERMELLO, ANGELES ADRIANA; @RAMIREZ GARCIA, ANGIE BELEN; @REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN  
Jue 7 May 2026 9:49

 XE\_TESIS ALLAN OSEA YO.do... 51 KB  
 XE\_Justificación Del Problem... 37 KB

2 archivos adjuntos (88 KB) Guardar todo en OneDrive - Universidad Península de Santa Elena Descargar todo

Saludos cordiales.  
Adjunto documento de propuesta de estructura de tesis y actividades

 **Echeverria Maggi David Xavier**  
Para: @CHAVEZ BERMELLO, ANGELES ADRIANA; @RAMIREZ GARCIA, ANGIE BELEN; @REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN  
Jue 7 May 2026 11:31

Hola chicos!  
Envío los siguientes detalles que le ayudarán a su tesis:

- Envío grabaciones de las tutorías
- [video\\_grupo\\_1\\_ÁNGELES.mp4](#) - [VIDEO ALLAN.mp4](#)
- Adjunto Normas APA para que puedan citar correctamente, caso contrario les cogerá como plagio en el compilato [https://normasapa.in/#google\\_vignette](https://normasapa.in/#google_vignette)
- Informo que es necesario que busquen en google scholar una investigación mía, la más alineada al tema o al párrafo que están escribiendo y me citen. Esto es la nueva normativa que se implementará este semestre. Mi perfil de google scholar se los envío. <https://scholar.google.com/citations?user=iAcyoAgAAAAJ&hl=es>

Cualquier duda, hacerlo por este medio o por WS. Sean directos y les responderé con una nota voz.  
Un abrazo y éxitos

 **REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN**  
Para: @CHAVEZ BERMELLO, ANGELES ADRIANA; @Echeverria Maggi David Xavier; @RAMIREZ GARCIA, ANGIE BELEN  
Mar 26 May 2026 0:18

 Marco referencial.docx 31 KB  
 Cuadro de operanillazacion ... 17 KB

2 archivos adjuntos (48 KB) Guardar todo en OneDrive - Universidad Península de Santa Elena Descargar todo

Marco referencial y cuadro de operación de variables.

 Responder  Responder a todos  Reenviar

Buenas noches. Disculpe la hora, pero le envío la tesis ya terminada y con el formato correspondiente. Quedo atento a sus correcciones, observaciones y sugerencias para realizar los ajustes que sean necesarios.

 Resumir este correo electrónico

**REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN**  
Para: @Echeverria Maggi David Xavier  
CC: @Echeverria Maggi David Xavier

 4dias para entregar la tesis.d...  
658 KB

  Responder  Responder a todos  Reenviar  

Vie 3 Jul 2026 0:22

**Echeverria Maggi David Xavier**  
Para: @REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN

 XE\_4dias para entregar la tesi...  
668 KB

  Responder  Responder a todos  Reenviar  

Vie 3 Jul 2026 13:11

Saludos  
Adjunto sugerencias

**UPSE**  
UNIVERSIDAD ESTADAL  
PENINSULA DE SANTA ELENA

**Xavier Echeverría-Maggi**  
Director  
Grupo de Investigación & Medios en Comunicación **DICOM**  
Carrera de Comunicación  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud  
<https://orcid.org/0000-0002-3736-3601>

 Responder  Reenviar

Saludos cordiales. Presento las correcciones realizadas de acuerdo con las sugerencias y observaciones recomendadas. Quedo atento a cualquier comentario o ajuste adicional que considere necesario. Muchas gracias.

 Resumir este correo electrónico

**REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN**  
Para: @Echeverria Maggi David Xavier  
CC: @Echeverria Maggi David Xavier

 XE\_STORYDOING Y PRODUC...  
655 KB

  Responder  Responder a todos  Reenviar  

Dom 5 Jul 2026 1:13

 Responder  Responder a todos  Reenviar

Tesis Terminada. espero correcciones...  Resumir este correo electrónico

**REYES VEGA, ALLAN SEBASTIAN**  
Para: @Echeverria Maggi David Xavier  
CC: @Echeverria Maggi David Xavier

 XE\_STORYDOING Y PRODUC...  
2 MB

  Responder  Responder a todos  Reenviar  

Mie 6 Jul 2026 1:50

 Responder  Responder a todos  Reenviar

## Archivo fotográfico de entrevista.

