



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:
BIG DATA EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN
DIARIO METRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2025-2026

AUTORES:
ILCE YAMILET MALDONADO BAEZ
GERARDO TANANET ROMO BAZAN

TUTOR(A):
LCDO. GREGORY PETER SANTA MARÍA ROMERO, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR
2026



La Libertad, 21 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título “BIG DATA EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN DIARIO METRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2025 -2026” de autoría de los estudiantes, Ilce Yamilet Maldonado Baez y Gerardo Tananet Romo Bazan, previo a la obtención del título de Licenciado(a) 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.



Firmado electrónicamente por:
**GREGORY PETER SANTA
MARIA ROMERO**

GREGORY PETER SANTA MARÍA ROMERO

PROFESOR TUTOR



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **MALDONADO BAEZ ILCE YAMILET**, portadora de la cédula de identidad N.º 0803339019, y **ROMO BAZÁN GERARDO TANANET**, portador de la cédula de identidad N.º 2450848706, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación: **“BIG DATA EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN DIARIO METRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2025 -2026”**, es de nuestra autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Asimismo, certificamos que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifestamos que no hemos 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: *Ilce Maldonado*

Cédula de Identidad: 0803339019

Fecha:

Correo electrónico: ilcemaldonadobaez9019@upse.edu.ec

Teléfono: 0989554741

Firma: *Gerardo Romo B.*

Cédula de Identidad: 2450848706

Fecha:

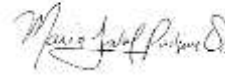
Correo electrónico: gerardoromobazan8706@upse.edu.ec

Teléfono: 0959947112

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



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



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



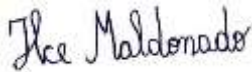
Lcdo. Peter Santa María Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Paola Cortez Clavijo, Mgtr./Ph.D.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

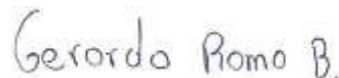


Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Ilce Yamilet Maldonado Baez

ESTUDIANTE



Gerardo Tanenet Romo Bazan

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

A Dios por haber permitido llegar hasta este momento y haberme dado salud, fortaleza, sabiduría y perseverancia para superar cada obstáculo presentado durante este viaje universitario.

A mi madre Landys Báez, por darme amor y poner en mí toda su fe y confianza y en cada una de sus oraciones y ser mi mayor inspiración y la razón de todo mi esfuerzo.

A mi papá Holger Maldonado por su apoyo incondicional durante mi formación académica. Por brindarme el respaldo económico que hizo posible culminar esta etapa de mi vida.

A mi hermano Samuel Baez por sus comentarios constructivos que me sirvieron para cumplir un paso más en mi vida y recorrer junto a mí.

Y finalmente, dedicó este logro a todas las personas que, de una u otra manera, me acompañaron y apoyaron a lo largo de esta etapa, convirtiéndose en parte importante de este gran sueño hecho realidad.

Ilce Yamilet Maldonado Baez

A mi mamá y a mi papá, por su amor incondicional, sus sacrificios silenciosos y su fe en mí incluso cuando yo dudaba. Y a todas las personas que fueron parte de mi camino, porque en cada una de ellas encontré una enseñanza que hoy vive en quien soy.

Gerardo Tananet Romo Bazán

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por ser el inspirador, ser luz en los momentos difíciles y siempre guiarme por el camino correcto.

Con profunda gratitud agradezco a mi madre, Landys por su amor, trabajo y sacrificio que ha hecho en toda mi vida. Por sus consejos y valores que me inculcó desde pequeña. Cada palabra de aliento y gesto de confianza que me dio han sido fundamentales sobre el cual he construido este gran logro.

Al mismo tiempo quiero agradecer a mi padre Holger por las motivaciones que me brindó para seguir en mi formación profesional y al apoyo en todo mi proceso. De manera muy especial, agradezco a mi novio José por acompañarme con amor paciencia y comprensión, por creer en mí incluso en los momentos en que más lo necesitaba. Gracias por celebrar cada pequeño logro y recordarme siempre que era capaz de alcanzar esta meta.

Por último, extendiendo mis agradecimientos a mi tutor Peter Santamaría por su acompañamiento generoso y su dedicación durante este proyecto. A mi compañero de tesis Gerardo Romo por el gran trabajo en equipo que hicimos y el apoyo mutuo que fueron fundamentales para que hoy tengamos el resultado de nuestros esfuerzo y constancia de ambos.

Ilce Yamilet Maldonado Baez

Agradezco a Dios por la salud, la fortaleza y la oportunidad de alcanzar esta meta.

A mi madre, Maritza, por su amor incondicional, sus enseñanzas y por motivarme a no rendirme ante las dificultades. A mi padre, Tananet, por ser un ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Este logro también les pertenece a ustedes.

A mi hermana Tatiana, por su apoyo y compañía en los momentos importantes. Asimismo, a mis abuelos, Estela y quien en vida fue mi abuelo Gerardo, por haber sido un pilar fundamental en mi vida.

A Niurka, por su amor, comprensión y por acompañarme en cada etapa de este camino, brindándome tranquilidad en los momentos difíciles y alegría en los buenos.

Finalmente, a mi tutor, Msc. Peter Santa María, por su guía durante esta investigación, y a mi compañera y amiga Ilce, por su compromiso y apoyo constante. Esta meta también es nuestra.

Gerardo Tananet Romo Bazán

BIG DATA EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN DIARIO METRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2025-2026

Maldonado Baez Ilce Yamilet

Código Orcid: **0009-0000-5707-3399** Romo Bazán Gerardo Tananet

Código Orcid: **0009-0003-7082-2245**

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

El presente estudio de investigación se titula “Big data en la creación de narrativas periodísticas en diario Metro de la ciudad de Guayaquil, 2025-2026”. Tiene como objetivo general evaluar la influencia del Big Data en la creación de narrativas periodísticas en el diario Metro. Se desarrollo mediante una metodología de enfoque cualitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental, como técnicas se aplicaron entrevistas y ficha de análisis de contenido, por consiguiente, la muestra se conformó por dos expertos uno para cada variable, seleccionado a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Posteriormente los resultados obtenidos de la ficha de análisis demostraron un hallazgo de indicadores asociados con la integración de información como la gama de formatos periodísticos, monitoreos constantes de recursos y la modernización que plasman modelos de narrativa digital. A su vez, los expertos estuvieron de acuerdo en cómo el big data y las narrativas periodísticas, potencian a mejorar el procesamiento de datos manejando volúmenes masivos de información, reforzando la productividad periodística y la construcción de narrativas más funcionales. Se concluyó que los grandes volúmenes de datos tienen un impacto considerable en la elaboración de relatos periodísticos, fomentando la creatividad, la calidad informativa y la adaptación de los contenidos a las exigencias del entorno digital.

Palabras claves: Big data, producción informativa, periodismo digital, convergencia mediática, hipertextualidad

BIG DATA IN THE CREATION OF JOURNALISTIC NARRATIVES IN DIARIO METRO OF THE CITY OF GUAYAQUIL, 2025–2026

Maldonado Baez Ilce Yamilet
Código Orcid: **0009-0000-5707-3399** Romo Bazán Gerardo Tananet
Código Orcid: **0009-0003-7082-2245**

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

ABSTRACT

The present research study is entitled “Big Data in the Creation of Journalistic Narratives at Diario Metro in the City of Guayaquil, 2025-2026.” Its general objective is to evaluate the influence of Big Data on the creation of journalistic narratives at Diario Metro. It was developed using a qualitative approach, with a descriptive scope and a non-experimental design; as techniques, interviews and content analysis sheets were applied. Consequently, the sample consisted of two experts, one for each variable, selected through a non-probabilistic convenience sampling. Subsequently, the results obtained from the analysis sheet showed findings of indicators associated with the integration of information, such as the range of journalistic formats, constant resource monitoring, and the modernization reflected in digital narrative models. At the same time, the experts agreed on how Big Data and journalistic narratives, They enhance data processing by handling massive volumes of information, boosting journalistic productivity and building more functional narratives. It was determined that large volumes of data have a considerable impact on the development of journalistic stories, encouraging creativity, informative quality, and the adaptation of content to the demands of the digital environment.

Keywords: *Big data, informative production, digital journalism, media convergence, hypertextuality*

INDICE DE CONTENIDOS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
BIG DATA EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN DIARIO METRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2025-2026.....	7
RESUMEN.....	7
BIG DATA IN THE CREATION OF JOURNALISTIC NARRATIVES IN DIARIO METRO OF THE CITY OF GUAYAQUIL, 2025-2026	8
ABSTRACT	8
INDICE DE CONTENIDOS.....	9
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Conocimiento actual.....	14
2.2. Fundamentación teórica y actual.....	18
2.3. Big data.....	21
2.3.1. Tipos de big data	22
2.3.2. Características del big data.....	23
2.3.3. Calidad de los datos informativos	24
2.4. Narrativas periodísticas	25
2.4.1. Personalización de contenidos periodísticos	26
2.4.1. Interacción con la audiencia	27
2.4.1. Innovación narrativa digital	28
3. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Paradigma.....	31

3.2. Enfoque	31
3.3. Tipo o alcance de investigación.....	31
3.1. Diseño.....	32
3.1.1. Instrumentos	32
3.2. Población	33
3.2.1. Muestra.....	33
3.3. Procedimiento	33
3.1. Análisis de resultados	34
3.1.1. Análisis cualitativo: la entrevista.....	34
Instrumento: guía de preguntas semiestructurada.....	34
3.1.2. Análisis cualitativo: análisis de contenido	39
4. DISCUSIÓN.....	41
5. CONCLUSIÓN	44
6. RECOMENDACIÓN	45
7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	46
8. ANEXOS.....	50
Árbol del problema.....	50
Datos del experto	51
Datos del instrumento	51
Escala de valoración	51
Criterios de evaluación	52
Tabla de validación de ítems	52
Evaluación global	52
Recomendación final del experto	53
Datos del experto	54
Datos del instrumento	54

Escala de valoración	54
Criterios de evaluación	54
Tabla de validación de ítems	55
Evaluación global	55
Recomendación final del experto	56
<i>Archivo fotográfico de entrevista</i>	57
Instrumento: guía de preguntas semiestructurada.....	58
Instrumento: Ficha de cotejo	60

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Entrevista	35
Tabla 2. Análisis de contenidos	40

1. INTRODUCCIÓN

En el transcurso de la aparición de la era digital, el avance de las tecnologías de la información ha cambiado la manera en que se recopilan, se procesan y se difunden las noticias. El big data en la modernización ayudan a brindar narrativas periodistas innovadoras adaptadas a las exigencias que se plantean en el entorno actual, en este caso, Diario Metro de Guayaquil. Esto es gracias a la capacidad de mantener un volumen alto de datos que el periodismo y la comunicación pueden adaptarse a las tendencias, verificar información y brindar a su comunidad un contenido preciso y personalizado a las demandas. Como resultado, el periodismo ha pasado por una evolución que ha moldeado su formato a uno más dinámico basado en el análisis de datos para la mejora de la calidad y su alcance.

La era digital ha producido un sinnúmero de cambios en el periodismo y la comunicación, especialmente en la recopilación, análisis y difusión de la información. En este nuevo entorno comunicacional, el big data representa una herramienta tecnológica que ayuda a examinar grandes volúmenes de datos para comprender e interpretar los comportamientos con el fin de generar contenido más dinámico y contextualizado al entorno actual. Asimismo, la incorporación del big data en el periodismo actual donde impacta de manera significativa en la creación de narrativas periodísticas (Carrión, 2022, p. 126).

Desde un punto de vista internacional, es importante mencionar que el uso del big data en el periodismo es frecuente, de modo que se entiende a este término como una forma de fortalecer la innovación en los procesos comunicativos y de elaborar contenidos mediados por datos verificables. En conocimiento de ello, los medios digitales han comenzado a emplear herramientas analíticas con el propósito de optimizar la interpretación de información y conseguir narrativas más precisas para emitir. Por otro lado, de acuerdo con Clark y Rodríguez (2021), señalan que “el big data transforma el periodismo desde un modo distinto, donde se permite el análisis y la revisión de una cantidad de información que promueva la creación de historias significativas o que se adapten a las exigencias de la audiencia” (p. 69).

Por otro lado, dentro del margen nacional, si bien los medios incorporan los recursos tecnológicos, aún siguen persistiendo vacíos que se relacionan con el acceso a una base de datos, a la capacitación del personal profesional y el uso de las herramientas digitales adecuadas para el análisis informativo. Son estas limitaciones las que afectan al desarrollo de narrativas, lo que reduce las probabilidades de obtener los beneficios del big data. En concordancia con ello, Espinoza y Coronel (2023) afirman que

la implementación del big data proporciona matrices con métodos que mejoran la gestión de grandes volúmenes de información (p.20). En este punto, es relevante que se comprenda cómo opera el big data para trabajar en narrativas periodísticas adaptadas a lo que la audiencia exige y aprender a usar de esta herramienta para poseer un mejor alcance de oportunidades dentro del ambiente de la comunicación y el periodismo mediático.

Hoy en día en la ciudad de Guayaquil, los medios periodísticos tienen el desafío de afrontar un problema en cómo se maneja la adaptación en esta era digitalizada, debido que cada vez más el entorno se vuelve más competitivo. En este escenario, Metro analiza el manejo parcial en herramientas conectadas con el procesamiento de datos para poder automatizar narrativas periodísticas. Pese a que existe una presencia tecnológica en dichos algoritmos, aún existen huecos relacionados con el empleo estratégico de los datos.

Respecto a esta problemática, se plantea: ¿De qué manera el uso del big data influye en la producción informativa del diario Metro de Guayaquil durante el periodo 2025-2026? A partir de eso, surgen interrogantes precisas sobre el uso de recursos tecnológicos, la excelencia de los contenidos y el impacto de las restricciones en el periodismo. Por su parte, el objetivo general de esta investigación es evaluar la influencia del big data en la creación de narrativas periodísticas en el diario Metro en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2025-2026. De la misma manera, los objetivos específicos son examinar al diario Metro de Guayaquil a través de un análisis de contenidos periodísticos; determinar cómo se utilizan las herramientas de Big Data para generar contenido periodístico en el medio; e identificar cómo el big data influye en la innovación y desarrollo de los productos periodísticos del medio.

El estudio actual resulta crucial en los sectores académico, social e institucional. Desde el punto de vista académico, favorece el entendimiento del big data como un recurso estratégico para robustecer el periodismo en la era digital. En el sector social, fomenta la reflexión sobre qué tan confiable es la información que las audiencias reciben y resalta lo relevante que es crear contenidos que respondan a las demandas y necesidades tecnológicas de la sociedad contemporánea. En términos institucionales, a nivel de la institución, es un modelo que podría ayudar al diseño de estrategias futuras enfocadas en la innovación periodística y en mejorar los procesos de producción informativa en el diario Metro. Sintetizando, este estudio contextualiza la relación que existe entre la comunicación, el periodismo y la tecnología, lo que destaca la necesidad de adaptar a los medios a las exigencias actuales.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Conocimiento actual

A nivel internacional, el big data se ha constituido como una herramienta importante dentro de los medios de comunicación digitales. Su uso tiene un efecto en la creación de contenidos informativos más adaptados, innovadores y coherentes con las exigencias de las audiencias, lo cual mejora los relatos periodísticos en los actuales contextos comunicacionales. De esta manera, Arcila et al. (2016) aseguran que la utilización de numerosos datos textuales, accesibles en internet, radica en la aplicación creciente de los denominados medios sociales (p.2). Esta afirmación revela la manera en que conecta la información obtenida de las redes sociales y de múltiples métodos para crear contenidos mediáticos.

En consecuencia, se contempla que el manejo de datos contribuye de forma importante a la elaboración de relatos periodísticos más interactivos y contemporáneos, dado que facilita el análisis en tiempo real de las tendencias, las preferencias y las conductas del público. Asimismo, dichas herramientas virtuales fomentan la generación de materiales periodísticos más relevantes, oportunos y de mayor alcance, esto podría potenciar el desarrollo comunicacional en canales virtuales como Diario Metro Guayaquil. Además, esto posibilita que se identifiquen temas que generen un alto interés entre las comunidades oyentes, lo que potencia que la producción periodística se ajuste a la realidad actual de manera adecuada a una buena adaptabilidad.

La innovación que el big data vive cada día, ha tenido un hallazgo positivo en los medios digitales, mejorando de manera eficaz la búsqueda de información, por tanto, la transformación de datos periodísticos adjunta gran cantidad de apoyo en sistemas autónomos que comprometen a la facilitación, la veracidad y el compromiso, teniendo hincapié en una buena planificación periodística a través de medios tecnológicos. Desde la perspectiva de Caswell y Dörr (2017), mencionan la utilización de informaciones narrativas, y una recopilación de datos para el propósito de generar producciones periodísticas a través de la herramienta WordSmith (p. 4). Del mismo modo, al emplear este tipo de tecnologías, dan acceso a que se organice un gran volumen de información de forma ordenada para optimizar los procesos de investigación y redacción periodística.

Es importante enfatizar el soporte significativo que nos brindan estas herramientas autónomas, porque ayudan a buscar soluciones óptimas al manejo significativo de información y cómo se debe manejar; de igual forma, se reflejan las innovaciones de cada medio de comunicación. Asimismo, al hacer uso

de estos volúmenes de datos, permiten que haya un mejor procesamiento de la información, lo que favorece a una toma de decisiones respaldada por evidencia. Por otro lado, la implementación de estos recursos tecnológicos da acceso a una mejoría en el desarrollo de contenidos y formatos útiles para alcanzar audiencias y fidelizarlas; a su vez, otra ventaja es que se desarrolle una nueva forma de narrar los sucesos y que se adapten a las exigencias hacia una más participativa y digitalizada.

Las narrativas periodísticas desempeñan una función esencial en el entorno comunicacional dentro de la formación social de los sucesos, ya que las plataformas no solamente divulgan noticias, aunque también cooperan en la construcción en que la sociedad recuerda e interpreta lo sucedido. En este contexto, Córdoba (2019) sostiene que las narrativas periodísticas ayudan a mantener la identidad social, dado que las plataformas registran y reconstruyen sucesos que después se incorporan al imaginario social (p.6). En este sentido, cabe mencionar que este proceso es influyente en la forma en que los ciudadanos entienden su realidad y generan opiniones acerca de los acontecimientos que el público tenga interés.

De esta manera se deduce que los relatos periodísticos poseen un efecto significativo en el establecimiento de percepciones sociales y en la persistencia de ciertos eventos en la memoria colectiva. Además, la manera en la que los medios organizan y muestran la información puede repercutir en la manera en que las audiencias perciben la situación política, social y cultural en el mundo digital. Asimismo, la selección de los enfoques, de fuentes, de recursos narrativos otorga a estos acontecimientos a tener mayor relevancia, lo que favorece a la construcción de discurso direccionados a la comprensión de los hechos, esto bajo la finalidad de fortalecer el debate público y las opiniones personales.

Los ajustes se han producido gracias a la evolución de los espacios digitales significativos en las dinámicas de la producción y difusión informativa en torno a los medios de comunicación. Es gracias a la incorporación de las nuevas plataformas y las formas de interacción que se ha posibilitado una participación frecuente entre las audiencias durante los procesos comunicacionales, es decir que modifican el desarrollo de las narrativas periodísticas. En concordancia con ello, Herrero y Planells (2020) describen que las formas actuales del relato digital y de la participación en la difusión noticiosa por parte de los usuarios han rediseñado relatos periodísticos hacia una vía contemporánea; no obstante, surgen controversias de acuerdo con la calidad informativa y los vacíos metodológicos que aplican los medios digitales" (p. 5).

En definitiva, se deduce que las coberturas periodísticas digitales enfrentan un proceso de transformación y adaptación a través del cual no se integran en su totalidad. Además, las controversias y vacíos metodológicos justifican la necesidad de investigar a estas nuevas dinámicas comunicacionales y su incidencia en la calidad y desarrollo de los contenidos periodísticos. En concordancia con ello, es necesario que se analice cómo incorporar las nuevas tecnologías para la producción informativa y la presentación de noticias a las audiencias. De la misma manera, es beneficioso comprender estos cambios, pues se permite conocer oportunidades y desafíos que los medios digitales enfrentan a consecuencia de la constante evolución.

En Ecuador, la influencia digital menciona que el big data ha tenido un impacto social mediante: reacciones, emociones, donde se busca atender las necesidades que presentan contenidos tanto narrativos como informativos mediante el uso frecuente de las redes sociales. Desde esta perspectiva, Ceballos (2022) menciona que el desarrollo político derivado de la educación y trayectorias públicas, tanto como el desarrollo humano y ambiental, han abordado temas detallados, desde ese punto de vista, se busca recopilar un monitoreo a nuevos entornos sociales que abarquen nuevos modelos narrativos. (p.223). Bajo este contexto, el big data facilita la identificación de ciertos patrones de comportamiento e interés ciudadanos que permiten la comprensión profunda de la interacción de las audiencias con los contenidos informativos.

La frecuencia diaria de algoritmos digitales se ha mantenido con un aporte positivo para la comprensión y el manejo de plataformas, permitiendo mantener un margen de interacción comunicacional. Los enfoques narrativos construyen una permanencia a base de plataformas digitales, se incide en la permanencia de usuarios mediante una construcción mediática. En la trayectoria en que se muestran las narrativas periodísticas, se ha determinado una baja demanda, permitiendo evolucionar a figuras más estratégicas para moldear mejor las noticias, permitiendo una experiencia y una construcción donde el público entienda y abarque temas eficientes, dejando a un lado modelos arcaicos para adentrarse en un modelo interactivo.

En otras palabras, se enfatiza el hallazgo influyente, permitiendo al big data evolucionar a nuevos desarrollos narrativos y periodísticos, dejando a un lado el fortalecimiento accesible que solo se encargaba de receptor y distribuir la información, estos nuevos moldes adjuntan direcciones positivas al usuario, la segmentación pública abarca este análisis demostrando los nuevos avances reflexivos, uniendo lazos a una buena estructuración emergente al sistema. Las observaciones del análisis revelan

que es necesario promover nuevas maneras de construir narrativas en el diario Metro Ecuador de Guayaquil.

Dentro de esta situación, el fortalecimiento de las estrategias orientadas a la creación y divulgación de contenidos periodísticos ha sido favorecido por el uso del big data, que permite incorporar recursos como la analítica predictiva, la segmentación algorítmica y la convergencia multimedia. Además, estas herramientas han contribuido a cambiar la estructura de los formatos informativos, impulsando propuestas comunicativas que son más dinámicas e interactivas y que se ajustan mejor a los hábitos de consumo digital del público. Aguirre (2023), en este ámbito, indica que las narrativas periodísticas de los medios digitales ecuatorianos en Twitter e Instagram facilitan establecer la manera en que se crean contenidos transmedia, diferenciando entre las narrativas tradicionales y las nuevas narrativas digitales (p.2).

En conclusión, se demuestra cómo las interacciones en línea y las herramientas de análisis tecnológico aportan a la construcción de narrativas más hipertextuales en términos periodísticos visuales y ajustadas para los ecosistemas de comunicación presentes. En cuanto al aprovechamiento de estos datos, se genera un contenido dinámico y personalizado acorde a las nuevas formas de consumo. Gracias a la integración de los recursos digitales se fortalece la capacidad de presentar información de una manera que seduzca al público, lo que favorece a la participación de los usuarios y a tener un mayor alcance. Es bajo este sentido que el incorporar el Big Data y las tecnologías derivadas se contribuye a consolidar al periodismo como una fuente innovadora y adaptada a las exigencias del entorno contemporáneo.

El proceso de codificación digital sostiene un esfuerzo variado hacia el big data, se establece el soporte periodístico a formatos emergentes, obteniendo un cambio favorable a los contenidos informativos, mejorando la conexión a sistemas de plataformas integradas buscando una modernización digital. En tiempos recientes la adaptación tecnológica ha impulsado a recursos abismales hacia una producción positiva, se debe tener en cuenta el acercamiento narrativo hacia la audiencia, el margen de error debe ser nulo por buenas dinámicas sociales hacia la participación constante de plataformas tecnológicas. En torno a esta problemática, Guzmán (2023) explica que el sistema comunicacional cada día busca sobrevivir a nuevos cambios de trama, para mantener un equilibrio adecuado que se dirija a innovaciones periodísticas buscando complejidad y comprensión neutral para el uso múltiple de plataformas digitales (p.11).

Es necesario conservar un balance respecto a las tácticas narrativas y el entorno digital, para impulsar nuevas estructuras periodísticas, se busca fortalecer desarrollos públicos y sociales para la formación del ecosistema narrativo, ayudando de manera favorable al agrado y entendimiento del usuario. Es este equilibrio el que permite que la innovación tecnológica no lo sustituya, sino que se complemente a través del uso responsable y ético de las herramientas digitales. De esta forma, Guzmán (2023) menciona que la combinación de las estrategias narrativas ayuda a que la producción de los contenidos sea atractiva y capaz de responder a las necesidades de las audiencias (p. 15). A consecuencia de ello, se vuelve un elemento importante que fortalece la comunicación digital y la relación existente entre el medio y el público.

El big data mantiene contenidos dinámicos hacia los avances informáticos produciendo información dentro de contextos periodísticos, se impulsan desarrollos eficaces que producen un sustento adaptable hacia una buena distribución de contenidos, tanto analíticos, políticos, ambientales y sociales, mejorando las autonomías hacia el público, tomando en consideración el aumento masivo de información, brindando un procesamiento de patrones para que la audiencia mantenga una actitud positiva hacia medios digitales, así manteniendo un firme avance hacia nuevos moldes narrativos que se van formando en la actualidad. Esto es un paso hacia la unificación de modelos narrativos y periodismo tecnológico para estandarizar una circulación eficaz y sobre todo desarrollada a la personalización informativa.

Benavides (2016) explica que las narrativas periodísticas sostienen una evolución hacia dinámicas sociales, mejorando varios aspectos narrativos, tanto digitales como modelos tecnológicos, se mantiene en comprender el uso de macrodatos por medio de soportes narrativos que mejoran una buena adaptabilidad periodística, así el cambio es notorio para buscar fines académicos, científicos y morales (p.14). Se evidencia que, a pesar del cambio, los modelos arcaicos siguen siendo referencia dentro de este contexto narrativo, de igual manera la construcción hacia factores que se distinguen buscando una mejora en las prácticas del periodismo. Asimismo, la convergencia entre las bases del periodismo clásico y mediático fortalece la producción de narrativas sólidas y pertinentes sobre las necesidades de la sociedad actual.

2.2. Fundamentación teórica y actual

Se apoya en una caracterización de entorno adapta las teorías de datos masivos y en la creación de narrativas periodísticas, porque nos permitirán distinguir tanto lo positivo como lo limitante de este estudio investigativo. Además, estas bases teóricas proporcionan fundamentos conceptuales que son

necesarios para poder comprender la relación que existe entre los análisis masivos de los datos brindados por el big data y la transformación de las prácticas periodísticas en un entorno digital. Sumado a ello, este análisis contribuye a la identificación de enfoques, tendencias y desafíos que sufre el periodismo en torno al big data, por lo tanto, se consideran las siguientes teorías relacionadas con los objetivos y la variable de investigación:

2.2.1. Teoría del Gatekeeping

Como primera teoría, es el gatekeeping expuesto por Lewin (1947, como se citó en Wolf, 1987), se plantea que los medios de comunicación pasan por un proceso previo a su difusión, donde se selecciona, clasifica y propaga en consideración de las exigencias del público y, de esa manera, mantener la relevancia mediática del medio (p.111). Esta teoría posibilita una comprensión sobre la información que llega a las audiencias y, aparte, evidencia la importancia de estos procesos de selección en la producción periodística. Asimismo, esta teoría se apega a la importancia de la elección de procesos en la producción periodística, pues influye en la construcción de la agenda informática y la percepción sobre la realidad que tienen los ciudadanos.

Es importante destacar la relación mencionada con la comprensión del big data, a través de un procesamiento masivo de información, teniendo un aporte en la construcción selectiva de organización y formación de narrativas periodísticas en medios de comunicación. El análisis de estos grandes volúmenes de datos posibilita que se identifiquen los patrones, las tendencias y temas de interés que sustentan el proceso de la toma de decisiones editoriales, esto para que se facilite la priorización de contenidos de mayor relevancia y fortalecer la producción de información contextualizada. En efecto a esto, la integración del big data optimiza los procesos de selección informativos, lo cual favorece la generación de narrativas periodísticas dinámicas y acorde a las necesidades del público.

2.2.2. Teoría agenda Setting

Por otro lado, la teoría de la agenda setting desarrollada por Aruguete (2009) plantea lo siguiente: Los medios de comunicación no son simples canales de transmisión de hechos, sino que establecen una jerarquía de temas al otorgarles mayor o menor relevancia (p.11). La relación directa que tiene con el big data, en este sentido se brinda ciertos procesos analíticos, predictivos, segmentación en audiencias y

el estándar que favorece tendencias digitales. Dentro de la digitalización el aporte para lograr distinguir similitudes interaccionistas de los usuarios en entornos tecnológicos es beneficioso porque permite optimizar una estructura estratégica para una toma de decisiones y así llamativas al periodismo a través de uso de métricas, sitios web y soportes que manejen datos en tiempo real dentro de medios periodísticos.

En sí, la relación entre la teoría de la agenda setting y el big data demuestra la forma en que crean y priorizan temas de la agenda informativa por medio del análisis de los grandes volúmenes de datos. Con respecto a ello, el big data procura identificar los patrones informativos e interés, lo que genera una jerarquización de contenidos. De igual manera, cabe mencionar que la agenda setting esta potenciado por el uso de las métricas digitalizadas para direccionar la selección de temas relevantes, es por este motivo que se relaciona esta teoría con el tópico de estudio. De igual forma, el manejo de datos masivos no solo se complementa, sino que se redefine en el entorno digital hacia un modelo dinámico y basado en evidencia, en este caso, los datos.

2.2.3. Teoría de la Sociedad Red

En cuanto a las teorizantes, cabe mencionar la teoría de la sociedad red, la cual fue diseñada por Manuel Castells y estudiada por Flores (2020), describiendo que "la sociedad red es conocida por ser la comprensión del mundo. Al ser creada por Manuel Castells hace décadas posteriores, alinea la teoría a una explicación sobre el advenimiento de las tecnologías en torno a los cambios en la forma en que las personas viven su realidad, más allá de un concepto relacionado a los procesos de producción" (p 3). Desde esta postura teórica, la sociedad red modifica el modo en que los individuos generan, difunden y consumen información, debido a esto, las historias periodísticas no solo se generan a partir de los medios tradicionales, sino también a través de métodos digitales, dinámicos y en tiempo real.

Con este contexto, las narrativas periodísticas se alinean a un entorno donde la tecnología tiene impacto en la forma en la que se estructura el relato, de la manera en la que se difunde y cómo participan los públicos, generando nuevas maneras de contar la realidad social. Bajo este escenario, la conectividad permanente ayuda a que la circulación de la información sea inmediata y fortalezca la interacción de los medios y las audiencias, lo cual deja el rol de receptor y se vuelve activo en los procesos comunicativos. En consecuencia, las narrativas periodísticas evolucionan hacia un modelo abierto y participativo, de manera que responde a las transformaciones tecnológicas que dan mayor acceso a fidelizar las audiencias y mejorar la producción de información.

2.2.4. Teoría de la narrativa

La teoría de la narrativa es una base importante para la comprensión de los medios de comunicación, tanto en su estructura como en su modo de emisión ante la audiencia. Esa teoría analiza sobre la construcción de los relatos, los recursos narrativos y las estrategias en cursivas para la transmisión de mensajes en diferentes contextos comunicacionales. En concordancia con ello, Vázquez (2021) menciona que las narrativas digitales tienen rasgos característicos de integración de formación multimedia, interactividad y adaptación de terreno tecnológico de los medios digitalizados (p. 5). Además, la narrativa contemporánea es un sistema complejo, en el cual, en este caso, convergen la tecnología, el lenguaje y la participación social.

Del mismo modo, esta teoría da acceso a una comprensión sobre cómo las narrativas periodísticas han transformado y moldeado los procesos de construcción informativa, dentro de los medios digitales, permiten distinguir moldes que brindan los medios informativos, dando acceso a un contexto estructurado que analiza la construcción de historias y discursos tanto en la literatura y en la comunicación. Bajo este enfoque, la narrativa periodística establece marcos interpretativos que impactan en la forma en que los acontecimientos son comprendidos por las audiencias. De la misma forma, los entornos digitales han ampliado la posibilidad existente en la construcción de formatos y niveles de interacción, lo cual define de una nueva manera el rol del emisor, del mensaje y del nivel de interacción.

2.3. Big data

En la actualidad, el periodismo está involucrado en un ambiente clasificado por los medios de informativos. Las plataformas digitales y las organizaciones se deben adjuntar un reto de poder adaptarse a formas de recolectar y difundir información. En este contexto, es evidente que la transformación digital se redefine bajo la gestión de los procesos comunicacionales y la incorporación del análisis de datos como una fuente importante para la toma de decisiones. Asimismo, el big data se entiende como el conjunto de tecnologías que ayudan a recolectar, almacenar y analizar un volumen de datos masivos, esto con el fin de generar información que sea importante para la toma de decisiones editoriales. De acuerdo con Sánchez y López (2024), nos indican que: El uso masivo de datos, tiene como cumplimiento el estudiar cantidades

masivas de información, tiene en la capacidad de almacenar progresos y trabajos científicos de gran aporte. Asimismo, ha logrado situarse en lo más alto para entender el cambio positivo en procesos comunicativos, al otorgar una visibilidad más minuciosa a las costumbres de las audiencias. En cuanto a ello, el big data contribuye a una mejora en la comprensión sobre el comportamiento que tiene el público en un contexto mediático, lo que facilita adaptarse a pesar de los desafíos en la identificación de patrones y tendencias. La aplicación de esta herramienta tecnológica fortalece a la planificación y producción de contenidos pertinentes y ajustados a las necesidades de las audiencias. (p.2)

En consecuencia, el big data no solo consiste en recopilar datos, sino que también conlleva la capacidad de analizarlos para construir comprensiones sobre los procesos y las audiencias. Desde una perspectiva más profunda, este aporte radica en la capacidad de convertir grandes volúmenes dispersos en conocimientos estructurados que posibilitan interpretar los fenómenos sociales y comunicacionales con una precisión mayor. Cabe mencionar que los datos que brinda el big data son una lectura integral que anticipa los comportamientos y dinámicas de consumo informativo.

2.3.1. Tipos de big data

Durante el estudio de big data, las cifras pueden ser categorizadas en tres clases principales de acuerdo con su estructura y formato, eso permite a que se comprenda la naturaleza y las formas en las que son procesados dentro de los entornos digitales. Esta es una clasificación importante, puesto que facilita la organización, la interpretación y aprovechamiento de volúmenes de información derivados de varias fuentes. De acuerdo con ello, los tipos de big data permiten que se identifique el grado de complejidad y el tratamiento de conjunto de datos en función de las características como contenidos multimedia, sistemas transaccionales y redes sociales. Tras ello, se establece lo manifestado por Gómez (2021):

En el paradigma de big data, los datos se clasifican como estructurados, semiestructurados y no estructurados. Para gestionar esta amplia gama de datos, se utilizan tecnologías basadas en diferentes tipos de software que permiten crear soluciones big data. Estas tecnologías pueden ser libres o propietarias. Ciertamente, esta categorización es clave para mejorar el desarrollo de los procesos comunicacionales hacia un modelo analítico y eficiente, lo que aporta a un manejo facilitado de la gestión y del aprovechamiento de los contextos comunicacionales. Bajo el

paradigma del big data, los datos se estructuran como estructurados, semiestructurados y no estructurados. (p.8).

Por consiguiente, entender cómo se juntan y procesan los datos a través de su organización ayudan a facilitar el entendimiento de tipos de datos masivos, asimismo potencia el mejoramiento del manejo de instrumentos analíticos para crear contenidos noticiosos, lo que genera un mejoramiento en la segmentación de información. Desde un punto de vista más amplio, los tipos de big data contribuyen a que haya una mejora en la segmentación y personalización de la información que se organiza, lo que posibilita a los medios para que se adapten los mensajes de acuerdo con las características e interés de las audiencias. Del mismo modo, el tratamiento correcto de estos tipos favorece una mejor interpretación de la información, esto contribuye a una toma de decisiones responsables y favorables.

2.3.2. Características del big data

Comprender las especificaciones de los macrodatos, las empresas pueden crear estrategias efectivas, para mejorar decisiones y elaborar contenidos que se adapten al público requerido. Asimismo, al comprender esta propiedad, permite a que se mejore la eficacia de los sistemas de análisis, lo que potencia la capacidad de interpretación de los datos, en específico en la formación generada mediante diferentes formatos. Son estas características las que facilitan a entender el comportamiento de los patrones, las tendencias y relaciones apropiadas por las audiencias. En relación a este marco, se resaltan las características fundamentales. Kumar (2021) considera que:

La veracidad, la velocidad, el volumen, el valor y la diversidad son las propiedades fundamentales del big data. La veracidad se refiere a la calidad y exactitud de los datos; la velocidad al ritmo de generación y procesamiento; el volumen a la cantidad elevada de información; el valor al uso estratégico y comercial, y la variedad a los formatos disímiles de datos, ya sean estructurados o no. Respecto a ello, estas características constituyen a la comprensión sobre el funcionamiento de la big data dentro de los contextos digitalizados, además, es gracias a ello que se gestionan grandes flujos de datos en tiempo real con la finalidad de ser procesados desde una forma útil y pertinente en el momento apropiado para la audiencia direccionada. (p.3). Acreditar que es importante poder comprender ciertos rasgos que propone el big data para analizar y manejar cantidades masivas de datos. Asimismo, esto ayuda a que los expertos en el área comunicacional mejoren el manejo de

contenidos, adaptándose a los requerimientos y conductas de las audiencias. De la misma forma este conocimiento precisa los formatos de contenidos hacia uno más contextualizado y personalizado a las exigencias. Asimismo, se evidencia que el dominio de estas características ayuda a elegir mejores decisiones editoriales para hacer de la producción informativa a una más estratégica y orientada a las audiencias, por otro lado, conocer de estas características anticipa las tendencias para responder de manera efectiva a las demandas de este entorno.

2.3.3. Calidad de los datos informativos

Los estudios se manejan en el margen de errores y en sistemas dependientes al manejo de datos de calidad carente. Esto se debe a la precisión de los resultados deriva de la integridad y confiabilidad de la información utilizada en los procesos analíticos y comunicacionales. Resulta pertinente mencionar que cuando no hay datos consistentes o hay evidencia de sesgos, las interpretaciones se distorsionan, lo cual afecta a la toma de decisiones en diversos niveles organizacionales. La calidad de estos datos informativos es un factor crítico que garantiza resultados confiables en el uso de big data. Respecto a ello, bajo su estudio, Salcedo et al. (2018) nos indican que:

La calidad de los datos es un concepto que comprende múltiples dimensiones, como la precisión, la integridad, la actualidad, la coherencia y el acceso a la información. En la toma de decisiones en los sistemas de información de convivencia y seguridad ciudadana, estos rasgos son fundamentales para asegurar que los datos sean confiables y útiles. El paradigma de los datos informativos se entiende como un factor determinante que garantiza que la información que es procesada se presente de forma fiel a la realidad para evitar distorsiones que generen una afectación en los resultados. Es recomendable reconocer la calidad de estos datos para fortalecer la relación de confiabilidad de los sistemas de información, específicamente en contextos donde las decisiones deben ser tomadas de forma rápida y fundamentada, pues es la eficacia y la calidad de estos lo que contribuye a que se brinde información adecuada y personalizada que la audiencia recepte y acepte consumir (p.19).

A partir de esta cita se infiere que no solo garantiza la calidad de los datos el mantener estándares de calidad elevados, sino que además mejora la eficacia de los sistemas de información. Además, los datos de calidad son un modo de reducir los errores analíticos, ayudan a mejorar el proceso de interpretación y fortalecen la confiabilidad y veracidad de los resultados obtenidos. Es

importante mencionar que cuando hay una evidencia precisa, se logra incrementar la eficacia de los sistemas operativos, lo cual mejora la calidad de los datos y aprovecha la disponibilidad de información útil y relevante. Asimismo, se comprende que la calidad de datos no solo es un requisito técnico, esto debido a que la producción de contenidos periodísticos va más allá de ser un elemento estratégico y eficiente, puesto que su integración es oportuna y relativamente importante para el funcionamiento óptimo de los sistemas informativos.

Por otro lado, desde una perspectiva profunda, es importante indicar que la calidad de los datos implica una evaluación constante para mantener la pertinencia con los objetivos. De igual forma, la incorporación de mecanismos de control da acceso a que se detecten errores o sesgos sistemáticos que puede pasar desapercibidos durante los procesos tradicionales de análisis (Salcedo et al., 2018, p. 31). En relación con ello, se entiende que cuando se estandarizan los datos, se facilita la integración de diversos contenidos o formatos que amplían su utilidad en la producción de conocimiento o información a través de noticias; en sí, esto proporciona un fortalecimiento a la información que se acopla a un entorno cambiante para responder a las necesidades de los usuarios con una mayor precisión.

2.4. Narrativas periodísticas

En la actualidad, los canales de comunicación utilizan recursos digitales, vinculativos y audiovisuales para exponer los conocimientos de un modo más llamativo y dinámico para las audiencias. Estas nuevas alternativas de narrar historias permiten que el público se involucre más y fomentan un mejor conocimiento de información. Bajo este sentido, corresponde mencionar que las narrativas periodísticas han sido moldeadas a causa de la evolución que ha habido en la era digital, donde el relato no se limita a ser una transmisión lineal sobre los hechos, sino a integrar formatos como infografías, elementos interactivos, videos e hipertextos que enriquecen la experiencia de la audiencia sobre la información que se brinda. En palabras, del autor García (2024) nos menciona que:

El desarrollo innovador de las narrativas periodísticas se refiere a ajustar el contenido a la forma de la manera más eficiente posible, empleando el lenguaje y los recursos que están disponibles. Este proceso se comprende como la interacción de herramientas digitales y recursos multimedia que dan acceso a enriquecer la presentación de la información y adaptarla hacia nuevos entornos

comunicacionales o informativos, pues la innovación narrativa tiene que ser aprovechada por estos medios digitales para darle una forma estratégica para la construcción de relatos actualizados y coherentes sobre las exigencias de las audiencias actuales; es por ello que las narrativas periodísticas son relevantes para involucrar una cercanía con las audiencias y fidelizarlas continuamente. (p.898)

Las narrativas de los medios actuales indican que el periodismo no solamente se basa en la escritura, sino también en componentes multimedia e interactivos que mejoran la vivencia informativa. Esta situación facilita que los espectadores se comprometan más con las noticias y tengan un mejor entendimiento de los sucesos. Por ende, se fortalece la comunicación y se conserva el rol de los medios en la era digital gracias al avance tecnológico. Finalmente, es importante reconocer e integrar recursos multimedia o interactivos para la construcción de relatos que adoptan una nueva forma de consumo informativo que favorece la contextualización de los hechos y que genere un modelo comunicativo bidireccional y colaborativo que haga del contenido periodístico uno más flexible e innovador relacionado con la experiencia del usuario.

2.4.1. Personalización de contenidos periodísticos

La finalidad de personalizar los contenidos periodísticos es adaptar la información a lo que cada usuario requiere y le interesa. Esta táctica surge como una respuesta frente a la sobrecarga de información en la era digital, con el objetivo de mejorar la experiencia del público. Pérez et al. (2020) sostienen que la personalización periodística se basa en crear relaciones entre los productos periodísticos y las propiedades del usuario (p. 9). Se deduce que, gracias a la personalización, los medios de comunicación pueden ofrecer información más relevante y accesible, lo que incrementa el compromiso del público, además, reduce la saturación de datos, lo cual facilita que los usuarios seleccionen contenido que satisfaga sus intereses específicos. Del mismo modo, Pérez et al. (2020) definen:

La personalización es una transformación de las producciones informativas desde un punto de vista lógico, pues considera las preferencias y el comportamiento del usuario para que oriente el mensaje hacia una mayor adaptación de las necesidades del público. Como integración a lo mencionado, es necesario explicar que el uso de los algoritmos también es un factor que permite identificar los procesos de tendencia como el big data, de forma que hacer uso de ambas herramientas contribuye a

una segmentación precisa y flexible, por lo cual el conocimiento de su uso es esencial en medios comunicativos con formatos innovadores o digitalizados. (p. 38)

A su vez, Pérez et al. (2020) exponen que la personalización transforma la lógica que existe en la producción informativa, puesto que, al considerar el comportamiento, las preferencias y las interacciones del usuario ayuda a la construcción del mensaje. Por otro lado, el uso de los algoritmos es un tema que permite identificar los patrones de la misma forma que como lo genera el big data, lo cual contribuye a que la segmentación sea precisa en las audiencias, por ende, este enfoque fortalece la relación que hay entre los medios y los usuarios para fortalecer la experiencia informativa hacia una más contextualizada. Por lo tanto, es importante consolidar la personalización de los contenidos periodísticos como una estrategia fundamental dentro del periodismo digital contemporáneo que se direcciona a la mejora de la pertinencia, la efectividad y la mejora de la comunicación y el periodismo

2.4.1. Interacción con la audiencia

Se define como unos elementos relevantes dentro de las narrativas periodísticas digitales, dado que da el acceso a fortalecer la participación y comunicación entre medios y el usuario. En la actualidad, la plataforma analiza las recomendaciones, las preferencias, las reacciones y el comportamiento que tiene la audiencia con el fin de contribuir a un desarrollo de contenidos dinámicos y participativos en los medios de comunicación. En relación con esto, Aguilar y Del Carmen (2025) exponen que la transición de los mensajes transforma a las plataformas digitales coincidiendo con una circulación de información inmediata y participativa, lo cual ha rediseñado los procesos de comunicación y de consumo comunicativo y, a su vez, la manera en la que se interactúa y se agrupan comunidades en los entornos digitalizados (p. 3). Asimismo, los mismos autores exponen lo siguiente:

La transición de los mensajes en las plataformas digitales produce una circulación de información de grado inmediato y participativo, lo cual han llegado a regenerar los procesos de comunicación y la manera de consumo de la información, por ende, también se ha moldeado la forma en que los usuarios interactúan y se agrupan en comunidades habitadas en entornos digitalizados. Bajo esta dinámica, el big data comprende la adopción de datos de forma precisa para utilizarlos como fuente de conocimientos sobre las preferencias y los comportamientos de las audiencias en tiempo real. En consecuencia, la transición del mensaje es una manera de circular la información de forma ágil y

hacerla más dinámica, lo cual favorece al medio o a las plataformas al emplear una interacción con la audiencia y entre ellas. (p. 5)

Esta se relaciona con la dimensión interactiva con la audiencia a causa de que muestra una evidencia de cómo los medios digitales transforman la comunicación y participación de los usuarios en los procesos informativos dentro de la era digital. Si del big data respecta, el análisis masivo de los datos posibilita una comprensión sobre las preferencias del comportamiento de las ciencias en un contexto real. De acuerdo con ello, esa interacción frecuente permite que los medios se acoplen y ajusten al contenido en relación con las respuestas que tienen las audiencias, esto favorece la retroalimentación entre el emisor y el receptor. Por otro lado, la información al ser en tiempo real facilita que la producción sea estratégica y personalizada en dependencia de lo que exige la audiencia mediática (Aguilar y Del Carmen, 2025, p. 5).

Finalmente, se define a la interacción con la audiencia como un factor importante para las narrativas periodísticas, ya que posibilita fortalecer la comunicación bidireccional entre los medios y el usuario, siendo que esta dinámica ha favorecido la conformación de comunidades activas, en las que el usuario no solo es un receptor, sino que se involucra como un actor activo en los procesos comunicativos. De la misma forma, cabe mencionar que la participación del usuario es un eje central en el ecosistema comunicacional, pues fortalece la construcción de contenidos hacia unos más dinámicos, relevantes y ajustados al contexto actual para mantenerse y equilibrarse a las nuevas formas de comunicar, a los nuevos contenidos y tendencias.

2.4.1. Innovación narrativa digital

La innovación en la narrativa digital supone un cambio significativo en las plataformas de comunicación, dado que las tecnologías digitales han alterado los métodos convencionales de elaboración y divulgación de contenidos periodísticos (Jurado y Peña, 2023). En la actualidad, los relatos periodísticos incluyen instrumentos visuales, hipertextuales e interactivos que posiblemente optimizan la experiencia informativa y refuerzan la implicación de las audiencias en los espacios digitales. Asimismo, es necesario tomar en cuenta que la transformación implica una reconfiguración de los procesos de información, donde el contenido es multidimensional y

dinámico, pues se incorpora una estructura dinámica para innovar la narrativa y volverla atractiva y adaptada a los distintos tipos de usuarios, lo que contribuye a que el periodismo se adapte y se mantenga en el entorno digital contemporáneo.

Según Jurado y Peña (2013), manifiestan que, a lo largo de la historia del periodismo cultural, la renovación narrativa ha sido incesante, impulsada por continuos movimientos de carácter tecnológico, artístico y periodístico. En el entorno complejo de la sociedad red y frente a la expansión de tecnologías interactivas y la implicación de los usuarios, crean formatos narrativos que se fundamentan en la hipertextualidad (p. 4). En conocimiento de ello, se demuestra cómo las tecnologías digitales y la implementación de las audiencias han cambiado la manera de crear contenidos editoriales. En relación con el big data, esta herramienta contribuye al desarrollo de producciones informativas más vanguardistas, las cuales se ajustan a las dinámicas contemporáneas y a los novedosos modos en que las audiencias consumen información. Asimismo, Jurado y Peña (2013) explicaron que:

La innovación narrativa en la era digital representa un cambio en los medios o plataformas de comunicación, puesto que las tecnologías se han transformado a métodos tradicionales de elaboración y creación de contenidos periodísticos. Si de la actualidad respecta, es importante mencionar que los relatos periodísticos incorporan un recurso visual, multimedia e interactivo en las audiencias, por lo cual este proceso de innovación implica una evolución en la construcción del discurso informativo. Es gracias a este proceso que el contenido presentado es dinámico, accesible y adaptado a las necesidades que tiene el usuario. De la misma forma, cabe recalcar que la narrativa digital favorece la interacción entre los medios y las audiencias, lo que consolida al consumo informativo como uno mayormente participativo. (p. 10)

La innovación en la narrativa digital no es una simple modificación sobre el formato en que se presenta la información, pues también es un modo que redefine la forma en que se adquiere el sentido dentro del entorno comunicacional mediático. Entendiendo este contexto, los recursos interactivos y multimedia son lo que permite crear relatos dinámicos, donde la información se vincule de forma no lineal y cercana al público para apropiarse y emplear una experiencia positiva. Además, esta transformación favorece una mayor implicación con estas audiencias y hace del proceso comunicacional más flexibles, que se adapte a los nuevos formatos o necesidades que tiene la audiencia de la era digital.

Finalmente, se puede concluir que el big data y sus innovaciones digitales constituyen un cambio estructural y radical para mejorar la forma de comunicar dentro del entorno mediático contemporáneo. Es un proceso que implica la transformación lógica de la construcción del discurso informativo mediante la combinación de multimedia, recursos interactivos e incluso hipertextos que permiten que el contenido sea enriquecedor y genere una experiencia completa al usuario. De la misma forma, este enfoque ayuda a fortalecer la relación existente entre los medios de comunicación digitales y las audiencias, pues se promueve una comunicación bidireccional y participativa.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Paradigma

El fundamento epistemológico que muestra el siguiente estudio mantiene cimiento hacia el paradigma interpretativo, Según Denzin y Lincoln (2018) sostienen que la idea del paradigma ayuda a extender el conocimiento y recibirlo para abordar bases sociales construidas a través de percepciones y conocimientos adquiridos que favorezcan a individuos (p.3). En función de ello, el estudio se mantiene ligado a mecanismos informáticos, dando como solución un manejo controlable de datos y de mecanismos informativos que intervienen en la distribución de materiales periodísticos, por consiguiente, el marco ideológico, tiene como aporte fundamental entender cómo el uso de herramientas que implementa el big data aporta en el desarrollo de narrativas acondicionadas a requerimientos actuales que mantengan lazos con el público.

3.2. Enfoque

En esta investigación se ha empleado el enfoque cualitativo debido a la comprensión analítica e interpretativa direccionada a dinámicas digitales. De acuerdo con Sampieri et al. (2014) nos indican que “la investigación cualitativa proporciona riqueza interpretativa, contextualización del entorno, experiencias únicas y una visión holística de los fenómenos” (p. 49). Es por esta razón que el presente planteamiento ofrece la alternativa de hacer frente a la problemática investigativa por medio de pruebas fundamentadas en diversas situaciones como vivencias, discursos e interpretaciones ligadas con las interacciones digitales y verbales que ocurren durante la elaboración de materiales periodísticos.

3.3. Tipo o alcance de investigación

La investigación planteada se direcciona a un tipo de investigación descriptiva, debido a la dirección que abarcan los objetivos específicos, el planteamiento pretende inclinarse al uso de interpretaciones periodísticas, el manejo de mecanismos informativos que manipulen el big data influyendo en un camino innovador y sistemático hacia productos comunicacionales, conllevando un orden metódico que pretende indagar relaciones al azar sin estar involucrando variables. Bajo esta perspectiva, Sampieri (2014) menciona que los hallazgos descriptivos cumplen con el rol de especificar las particularidades y elementos de fenómenos expuestos a

estudios (p.127). Por consiguiente, la fundamentación se mide hacia una dirección y observación plasmada al detalle del manejo del big data en la creación de narrativas periodísticas dentro del marco analizado.

3.1. Diseño

Esta investigación se lleva a cabo con un diseño no experimental, debido a que las variables serán observadas en su contexto natural sin haber sido modificadas deliberadamente. De acuerdo con Agudelo y Aigner (2008) nos mencionan que la investigación no experimental es aquella que no crea ninguna situación, únicamente observa situaciones preexistentes (p.38). Este estudio se considera no experimental en cuanto al tema en cuestión, dado que se examinará la utilización del big data en las técnicas periodísticas conocidas en diario Metro, sin alterar ni modificar las actividades informativas del medio. Así, se busca comprender y describir el modo en que los relatos periodísticos se construyen a través del tratamiento y la administración de datos en un contexto real.

3.1.1. Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos estuvieron constituidos por una ficha de análisis y banco de preguntas que fueron utilizados para recopilar datos, elegidos por su relevancia para obtener información asociada al objetivo de estudio. La ficha de análisis facilitó la documentación y sistematización de los elementos incluidos en los textos periodísticos del diario, teniendo en cuenta clasificaciones e indicadores vinculados con las narrativas periodísticas y del big data. En cuanto al banco de preguntas, estuvo conformado por preguntas abiertas enfocadas a expertos, con el objetivo de reunir datos especializados acerca del uso de datos masivos para crear narrativas en periodismo. En conclusión, estos instrumentos contribuyeron a obtener información relevante, precisa y organizada que permitió cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

3.2. Población

La población del estudio estará integrada por las publicaciones de noticias informativas y expertos asociados a la labor periodística digital, en cuanto a la página web del diario Metro de Guayaquil, se mantendrá un período de estudio que abarca de enero hasta julio del año 2026. En lo que concierne a estas publicaciones constituyen el campo de análisis, pues muestran los contenidos periodísticos, que se emplearán para investigar cómo el big data impacta en la construcción de relatos cronológicos; se excluirán los contenidos publicitarios, promocionales e institucionales, las columnas de opiniones, los materiales audiovisuales que no tienen contenido periodístico que no pertenecen al género informativo. Se atribuye la colaboración de expertos que mantengan relación con el periodismo tecnológico y el big data, dichos especialistas cumplirán con el rol de aportar lineamientos categorizados. Serán excluidos aquellos especialistas que no cuenten con experiencia en los campos indicados, que no estén familiarizados con el uso del big data en contextos de comunicación.

3.2.1. Muestra

La muestra se encuentra conformada por tres expertos, los cuales se integran a la población del estudio bajo una selección de muestreo no probabilístico por conveniencia. Este tipo de muestreo está empleado debido a la accesibilidad, disponibilidad y disposición de los participantes al momento de hacerlos partícipes en la investigación, además de integrar su conocimiento y experiencia sobre el periodismo digital, el análisis de datos y la comunicación. Con respecto a la selección de estos especialistas, se permite obtener una información pertinente y criterios fundamentados acerca de la influencia del big data en la creación de narrativas periodísticas, de forma que se contribuye al cumplimiento del objetivo planteado en torno al estudio.

3.3. Procedimiento

La investigación toma paso con la selección de los tres expertos ligados al periodismo digital, la gestión de datos y la producción de los contenidos informativos. Los seleccionados tienen la potestad voluntaria de participar por medio de un consentimiento informado. Tras ello, se aplicaron entrevistas semiestructuradas y de forma complementaria, se hará una revisión bibliográfica sobre publicaciones informativas apegadas al tema del estudio. Además, la información obtenida será

organizada, codificada e interpretada con el fin de identificar los aportes relevantes de esto. Asimismo, a través de un registro sistémico del proceso y del resguardo de las evidencias se respaldarán la transferibilidad, conformabilidad y dependencia. Con respecto a la ética, se garantizará la confiabilidad y autonomía de los participantes y el uso de información de alto impacto con el propósito de cumplir con los objetivos de la investigación bajo criterios de ética.

3.1. Análisis de resultados

Se muestra a continuación el análisis de resultados obtenidos de los respectivos instrumentos que recopilan datos cualitativos.

3.1.1. Análisis cualitativo: la entrevista

Como primer instrumento de investigación, se llevó a cabo una guía de preguntas destinadas a un especialista en big data y a otro especialista orientado en narrativas periodísticas, se ejecutó con el objetivo de determinar cómo se utilizan las herramientas de big data para generar contenido periodístico en el diario Metro de Guayaquil. Como resultados, se evidencian las respuestas del analista de medios Mgtr.Wilo Prado y del Mgtr.César Arizaga.

Técnica: Entrevista

Instrumento: guía de preguntas semiestructurada

Objetivo específico: Determinar cómo se utilizan las herramientas de Big Data para generar contenido periodístico en el diario Metro de Guayaquil.

Entrevistado: Wilo Prado

Cargo: Periodista, presentador y creador de contenido

Especialidad: Mgtr. en
Comunicación Estratégica Digital y Audiovisual

Entrevistador: Ilce Maldonado y
Gerardo Romo

Entrevistado: César Arizaga

Cargo: Docente universitario e

Especialidad: Mgtr. En ´
Comunicación política de
Desarrollo Social

Entrevistador: Ilce Maldonado y
Gerardo Romo

Tabla 1. Entrevista

Variables	Preguntas	Respuestas	Observaciones
Variable Independiente		Hoy en día el big data ha mantenido un papel crucial porque propone conocer mejor a las audiencias detectando varios segmentos informativos. Permite construir estructuras comunicacionales adecuadas y a mantener repercusión en la opinión pública.	Se destaca el interés del big data para entender mejor al público y sus prioridades.
Big Data	¿Cuál considera que es el papel del big data en el periodismo actual?		
	¿Qué herramientas de big data son más utilizadas en los medios de comunicación?	Existen muchas herramientas que el big data usa, pero las que más destacan: WhatsApp y las herramientas digitales como chat gpt. El manejo que emplean estas herramientas promueve y facilita el reparto de contenido, pero hay que tomar en cuenta que es una herramienta y no busca sustituir al razonamiento humano.	Resalta el manejo de herramientas tecnológicas como soporte al trabajo comunicacional.
	¿Cómo contribuyen estas herramientas a la recopilación y análisis de información?	Se propone que el uso de estas herramientas ayuda a manejar grandes cantidades de información a través de mensajes, mails, comentarios e interacciones en sitios web, este estudio permite controlar varios patrones y preferencias para poder sustentar mejor los conocimientos periodísticos.	Indica como el estudio de datos propone identificar modelos y garantizar datos relevantes.

	¿Qué ventajas ofrece el big data en la producción periodística?	El big data propone varias ventajas, pero hay una que destaca que es la personalización de contenidos, porque ayuda a difundir información de forma rápida a un grupo de comunidades concretas, mejorando el hallazgo y el compromiso entre el comunicador y su público.	Explica que la personalización impulsa la relación entre el comunicador y su audiencia.
--	---	--	---

	¿Qué limitaciones o desafíos presenta su implementación?	Existen muchos limitantes pero el principal es poder respaldar una información verídica. A raíz de las Fake news y chat bots, que buscan desinformar a las audiencias, es urgente y necesario corroborar las fuentes y manejarse bajo valores éticos.	Enfatiza el criterio ético de mantener una verificación de información adecuada.
Variable Dependiente	¿Cómo describiría las narrativas periodísticas que predominan actualmente en los medios digitales?	Considero que hoy en día las narrativas periodísticas están marcadas por la inmediatez, por la utilización de elementos multimedia y la búsqueda de interacción con las audiencias, el contenido periodístico ya no se limita al relato en texto, sino que integra, vídeo, fotografías y gráficos interactivos, pero me preocupa que temas complejos debido a esta tendencia se vuelven muy simples.	Expresa que en la actualidad las narrativas periodísticas son más interactivas con el público.

Narrativas Periodísticas	¿De qué manera han evolucionado las narrativas periodísticas en los últimos años?	Han sido desde estructuras tradicionales a modelos flexibles que se adaptan a varias plataformas, antes la noticia tenía un recorrido muy lineal, hoy en día esa misma historia puede desarrollarse en varias plataformas como un portal web.	Resalta la modernización de noticias informativas.
	¿Qué elementos contribuyen a que una narrativa periodística genere mayor interés en la audiencia?	Considero que una combinación estratégica de relevancia pública con construcción narrativa, que busca permitir que las historias conecten rápidamente con las experiencias, preocupaciones y expectativas de las audiencias. Es importante no olvidar la calidad de la fuente, la capacidad de humanizar los hechos y la utilización estratégica de los recursos audiovisuales.	Menciona la utilización de medios digitales para elaborar historias periodísticas.
	¿Qué características considera fundamentales en una narrativa periodística efectiva?	Una narrativa efectiva se debe sustentar en el rigor de la verificación de los hechos, adicional es importante señalar que la claridad expositiva y los principios éticos de la profesión son elementos importantes que no pueden pasar desapercibidos, el objetivo no solo debe ser captar la atención sino contribuir en la comprensión profunda de la realidad	Señala lo esencial que es tener un método crítico y una precisión informativa para asegurar la exactitud e imparcialidad de los hechos.

	¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los periodistas al construir narrativas periodísticas en entornos digitales?	Cómo desafíos se prioriza mantener el rigor periodístico en un ecosistema donde prevalecen elementos como la velocidad y la competencia por la atención, los comunicadores debemos enfrentar fenómenos como la desinformación, la presión de algoritmos y la polarización que muchas veces priorizan el contenido emocional sobre el interés público	Considera la meticulosidad informativa y preferencias digitales.
--	---	--	--

Fuente: Wilo Prado y César Arizaga expertos en Big data y narrativas periodísticas

Elaborado por: Ilce Maldonado Baez y Gerardo Romo Bazán

Fecha:15/06/2026

Conforme al análisis de la entrevista, se demostró que el big data desempeña un rol crucial en el periodismo contemporáneo, porque facilita entender con mayor exactitud los intereses, las conductas y requerimientos de las audiencias a través del manejo y análisis de grandes volúmenes de datos. Se enfatizó que el uso de instrumentos digitales como sistemas de inteligencia artificial, plataformas web y servicios de mensajería, simplifica la recolección, estructuración e interpretación de datos significativos en la producción de noticias. También indicó que tales tecnologías permiten personalizar los contenidos, segmentar el público y afianzar la conexión entre las audiencias y los medios de comunicación. No obstante, subrayó la importancia de conservar estándares éticos y procedimientos estrictos para asegurar los datos, con el fin de impedir que se difundan noticias falsas o datos erróneos. En este contexto, los resultados alcanzados posibilitan la conclusión de que el big data se ha transformado en una herramienta táctica para optimizar la excelencia y la relevancia de las informaciones periodísticas. Dichos los resultados se alinean según lo señalado por García y Jiménez (2018), que el aumento de internet y plataformas digitales ha causado que el desarrollo de datos aumente de manera significativa, lo cual ha creado posibilidades con el objetivo de que los medios de comunicación empleen métodos de big data al recopilar, analizar e interpretar contenido periodístico (p.13)

De acuerdo con los críticos expuestos por el experto, se evidenció que las narrativas periodísticas han obtenido un cambio y evolución tras la consecuencia de los avances tecnológicos y la permanencia de los medios digitales. Hoy en día, las narrativas se ligan a la inmediatez, la integración de elementos multimedia y la interacción con el público, lo que permite que la información pueda ser presentada a través de formatos que involucren textos, fotografías, videos y gráficos interactivos. Además, se destacó que hay una adaptación hacia medios flexibles y de alto uso digital, lo cual moldea los medios tradicionales para entrar a una era mediática que favorece a que exista una participación mayor de la audiencia durante el proceso comunicativo. De la misma forma, el experto manifestó que para que la narrativa periodística sea efectiva, se debe fundamentar por medio de una verificación de hechos, la claridad expositiva, el rigor de la información y los principios éticos de la profesión, esto bajo la finalidad de contribuir a una comprensión holística sobre la realidad. Sin embargo, independientemente de su avance y ventajas, cabe mencionar que existen desafíos, los cuales recaen en los periodistas, es decir, mantener la calidad de la información y la credibilidad de los contenidos frente a la rapidez de difusión de las noticias, la desinformación de los hechos y el impacto de los algoritmos en los entornos digitalizados. Son estos hallazgos los que coinciden con lo manifestado por Hortal (2014), quien explica que las nuevas narrativas periodísticas implementan una gama de formatos comunicativos que promueven la participación de audiencias para el desarrollo de contenidos dinámicos, interactivos y adaptados a las características del entorno digital y mediático (p. 147).

3.1.2. Análisis cualitativo: análisis de contenido

Para examinar al diario Metro de Guayaquil a través de un análisis de contenidos periodísticos, se ha realizado una revisión de contenido por fechas, posibilitando la priorización de la sección de noticias informativas. El siguiente estudio de contenidos va direccionado a la visión y manejo de cómo el medio busca interactuar a través de áreas informativas y cómo es su alcance con su audiencia. El estudio se estructuró a la labor de los contenidos distribuidos en el período abarcado del 5 de enero al 5 de junio del 2026, lo que facilitó la identificación de patrones periodísticos como tendencias y elementos comunicativos asociados al manejo de big data en la producción de publicaciones informativas del medio.

Tabla 2. Análisis de contenidos

Implementación	Dimensiones	Criterio	Análisis general
Se verifica su cumplimiento	Tipos de big data	Variedad	El diario evidencia una gama de formatos y modalidades informativas como: entrevistas, infografías y publicaciones, que potencian el despliegue informativo y sosteniendo la atracción de la audiencia.
Se verifica su cumplimiento	Características del big data	Tratamiento de información	Las estrategias constructivas realizan publicaciones a través de fuentes informativas y recursos periodísticos pertinentes, lo que posibilita reconocer los acontecimientos de forma clara y coherente.
Se verifica su cumplimiento	Calidad de datos informativos	Veracidad	El contenido divulgado se adhiere a estándares de fiabilidad y apoyo informativo, excluyendo contenidos carentes de fundamento o sensacionalistas.
Se verifica su cumplimiento	Invocación narrativa digital	Estructuración estética	Se argumentó un positivismo visual idóneo a las bases digitales, a través de una claridad en su diseño, realizando una propagación de componentes y facilidades de navegación para el usuario.
Se verifica su cumplimiento	Tipos de big data	Integración de datos	La plataforma incluye datos estructurados, informes estadísticos e indicadores digitales que ayudan a mejorar la divulgación y visualización de contenidos.
Se verifica su cumplimiento	Características de big data	Velocidad y volumen	Persiste una modernización constante con los datos informativos, beneficiando a una circulación efectiva y oportuna de los sucesos.
No se evidencia su cumplimiento	Personalización de contenidos periodísticos	Segmentación de audiencia	No contiene una actualización constante en las informaciones presentadas, lo que impide una difusión eficaz y a tiempo.
No se evidencia su cumplimiento	Interacción con la audiencia	Participación ciudadana	Señala que las publicaciones van direccionadas a una población general, sin tener motivos de acreditar una personalización o segmentación precisa según atributos periodísticos como necesidades peculiares de los usuarios, por ende, el criterio no acata los requisitos establecidos en la ficha de análisis.
No se evidencia su cumplimiento	Interacción con la audiencia	Vinculación hipertextual externa	Se evidencia un manejo poco eficaz en la inserción de enlaces ajenos, como mecanismos secundarios o bases que logren permitir una respuesta a la información difundida, lo que minimiza las probabilidades de mantener un estudio exhaustivo por parte de los usuarios.

Fuente: Análisis de contenidos de noticias informativas del diario Metro Guayaquil

Elaborado por: Ilce Maldonado Baez y Gerardo Romo Bazan

Fecha: 29/06/2026

4. DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos por medio del análisis de contenido y las entrevistas sobre el diario Metro de Guayaquil hacen posible una comparación que establece una relación entre los datos empíricos y el fundamento teórico planteado. Con base en el análisis de contenido, se identificó que el diario satisface el principio de diversidad en el formato al incorporar recursos multimedia, entrevistas e infografías en sus publicaciones. Esto concuerda con lo expuesto por Gómez (2021), quien expresa que el big data es estructurado, semiestructurado o no estructurada. No obstante, se difiere por Borbor (2024), el cual indica que el periodismo de datos está vinculado a estadísticas, evidenciando que en el diario predominan los datos no estructurados. Tras ello, se determinó que esta variedad obedece a una intención expresiva más allá de un enfoque analítico.

En lo que compete a la veracidad, se demostró que el diario conserva un correcto manejo informativo en el que es fiable y se abstiene de recurrir al sensacionalismo a lo largo del periodo de examinación, lo que coincide con lo manifestado por Salcedo et al. (2018), para quienes determinan que la calidad de los datos depende de la precisión, la coherencia y la integridad noticiosa. Sin embargo, esto es contrastado por Prado durante la entrevista, pues es quien advierte que la proliferación de las fake news y los chatbots representa un riesgo para el periodismo centrado en grandes volúmenes de datos. Este hallazgo plantea que la veracidad no depende del big data como único recurso, sino de los lineamientos y políticas editoriales.

En lo que respecta a la adaptación de los contenidos, se evidenció que el diario Metro no cumple con este criterio, ya que en las publicaciones se dirigen a una audiencia amplia, lo que hace carecer de una segmentación visible. Pese a ello, Pérez et al. (2020) discrepan al mencionar que el periodismo nace de la conexión entre el contenido y las características del usuario a través de los algoritmos. Esta idea también niega la visión de Clark y Rodríguez (2021), los cuales destacan que el papel que tiene el big data se ajusta a las necesidades de la audiencia.

Por otro lado, con respecto al uso de herramientas tecnológicas, según la entrevista, se conoció que los comunicadores utilizan con mayor frecuencia aplicaciones de uso generalizado, es decir, WhatsApp o sistemas de inteligencia artificial en vez de herramientas especializadas en análisis de datos. En relación con lo mencionado, esto coincide con Sánchez y López (2024) que interpretan al big data como un proceso analítico sobre los comportamientos e interacciones que tienen las audiencias sin depender de plataformas especializadas y técnicas. Esto explica que los

procesos de automatización corresponden a medios que tienen una mayor capacidad operativa que, en cambio, Metro funciona bajo un modelo tradicional.

De acuerdo con el volumen y la velocidad, se evidenció bajo análisis que el diario mantuvo una actualización frecuente sobre sus contenidos más leídos y se ajustó hacia un segmento publicitario en dependencia del comportamiento del usuario. Esto coincide con lo planteado por Kumar (2021) al sostener que la velocidad y el volumen son lo fundamental del big data ante la gestión de información en tiempo real.

Independientemente de esta propuesta, se identificó que no se acompaña de un mecanismo de retroalimentación, lo cual se dirige a un aprovechamiento de datos orientados a la eficacia operativa, mas no hacia la construcción de una relación con los lectores del diario Metro de Guayaquil. Por último, en cuanto a la interacción con la audiencia, esta investigación demostró que Metro tiene un manejo unidireccional, una escasa vinculación hipertextual y una baja participación que debilita la dinámica en redes sociales frecuentes como Facebook e Instagram. No obstante, a pesar de evidenciarse, es diferido por Aguilar y Del Carmen (2025) al mantener plataformas tecnológicas son generadores de comunicación participativa entre medios y audiencia independientemente de su administración, por ello, se expone un nivel de interacción poco esperado por parte de los medios digitales actuales, pero no se ve tan afectado debido al funcionamiento de las plataformas como un medio que conecta al medio y a los usuarios por medio de algoritmos.

Sintetizando este apartado, los hallazgos posibilitaron interpretar al diario como un medio que aprovecha el uso de datos masivos, específicamente en los factores de variedad, volumen y velocidad. Fuera de ello, aún persisten vacíos dentro de la personalización e interacción bidireccional, lo cual importa dentro de medios digitales que buscan mayor alcance y conexión con su audiencia. Este análisis se debe interpretar como una relación identificada en el periodo evaluado y el medio, sin intención de afirmar causalidad entre el uso de herramientas tecnológicas y la calidad de las narrativas.

De acuerdo con este estudio, el hecho de que el diario aproveche el manejo de datos masivos en un cierto porcentaje no significa que ofrezca personalización ni interacción, lo que ofrece un ejemplo de convergencia parcial en teoremas y evidencia empírica; esto es consistente con lo

señalado por Kumar (2021) y Sánchez y López (2024) al identificar que el manejo de datos se responsabiliza de optimizar la circulación de información. Sin embargo, no representa la idea de Pérez et al. Y Aguilar y Del Carmen (2025), ya que estos autores entienden al big data como un habilitador directo de la participación y la personalización, lo que contrarresta al diario Metro de Guayaquil al no consolidar esa práctica. Gracias a ello, se permitió una lectura crítica acerca del big data y su presencia imparcial, tanto ausente como funcional en un mismo medio, lo que se comprende como una herramienta que depende de la capacidad de uso y entendimiento.

.

5. CONCLUSIÓN

Este estudio evaluó la influencia del big data en la creación de narrativas periodísticas en el diario Metro en la ciudad de Guayaquil. Esto se lleva a cabo con el propósito de comprender cómo el uso de datos y herramientas tecnológicas incide en la producción informativa y en el desarrollo de contenidos periodísticos dentro del entorno digital mediático.

De acuerdo con la investigación, se examina al diario Metro a través de un análisis de contenidos periodísticos. Metro maneja una gama de recursos tecnológicos y formatos multimedia en las publicaciones, lo que demuestra una adaptación a las dinámicas del periodismo digital. De igual forma, se identificó fortalezas en la presentación de contenidos tanto como oportunidades y mejoras en la segmentación de audiencias y la vinculación hipertextual.

Por consiguiente, el estudio permitió determinar cómo se utilizan las herramientas para generar contenido periodístico en el medio. Utilizando formatos como redes sociales, equipo de fotografía y video, plataforma de gestión de contenidos y programas de edición y multimedia, son estas herramientas las que contribuyen a los procesos de recopilación, organización y difusión de información. De este modo favorece que la gestión sea eficiente frente a los contenidos periodísticos y posibilita que se pueda responder de una mejor forma a las demandas informativas de las audiencias digitales.

Asimismo, identificar cómo el big data influye en la innovación y desarrollo de los productos periodísticos del medio. La consolidación del big data como un soporte estratégico permitió optimizar métodos de procesos informativos, impulsando la creación de contenidos oportunos y acordes con tendencias de acceso a la información. Por ende, esta investigación favorece a las narrativas periodísticas y mejora la experiencia informativa de los usuarios en los diversos canales digitales existentes en el medio.

6. RECOMENDACIÓN

Se sugiere, basándose en los resultados de este estudio, los medios de comunicación, en específico los periodistas integren el big data en las tareas vinculadas con la producción periodística, teniendo en cuenta su contribución a la gestión eficaz de grandes cantidades de datos. Su uso puede robustecer los procesos de planificación y análisis editorial, lo que posibilita la creación de contenidos más precisos, oportunos y en línea con las dinámicas del entorno digital.

Asimismo, ayudará a entender mejor lo que las audiencias necesitan, colaborando con el desarrollo de propuestas informativas más adecuadas y acordes con los nuevos modos de consumo de información. La implementación de estas tecnologías permitirá tomar decisiones editoriales más fundamentadas, mejorará la calidad de los contenidos informativos y posibilitará una respuesta más precisa a las exigencias informativas y formativas del público, en un contexto mediático marcado por la continua transformación digital.

Se sugiere promover la formación continua de especialistas en comunicación en la aplicación de instrumentos tecnológicos, el estudio de datos y el uso de elementos multimedia, con el propósito de optimizar sus facultades para crear materiales noticiosos, creativos, comprobables y que se ajusten a nuevas corrientes de entorno digital.

Finalmente, se recomienda potenciar el progreso de estrategias innovadoras en el ámbito comunicacional que busquen adaptar el big data con modalidades de multimedia, manifestaciones visuales de datos y narrativas digitales, con el propósito de conservar la trayectoria noticiosa de los consumidores, así mismo buscar incrementar la productividad y participación con los usuarios y promover una comunicación más activa y funcional acorde a las tendencias vigentes del periodismo.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Agudelo, & Aburto. (2008). Publicación: Diseños de investigación experimental y noexperimental. 38. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10495/2622>
- Arcilla, C. (2016). *Técnicas Big Data: Análisis de textos a gran escala para la investigación científica*. España: Big data techniques: Large-scale text analysis for. Obtenido de <http://orcid.org/0000-0002-2636-2849>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012124942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. 15. Obtenido de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>
- Caswell, n. D. (2017). Automated Journalism 2.0: Event-Driven Narratives. 4. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2017.1320773>
- Cevallos. (2022). El Periodismo de Investigación en la Era del Big Data Investigative Journalism in the Era of Big Data. 223. Obtenido de <https://tecnologicoloja.edu.ec/repositorio/>
- Cordova. (2019). Estándares de calidad en el periodismo de datos: fuentes, narrativas y visualizaciones en los Data Journalism Awards. 6. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.28>
- Costa, C., & Xosé, L. (2024). Comunicación y Big data 2. doi:ORCID: 0000-0001-8154-9537
- Denz, & Lincoln. (2018). Paradigmas, enfoques, métodos de investigación. 3. Obtenido de <https://editorial.redipe.org/index.php/1/catalog/download/234/399/8078?inline=1>
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.

- García, J. A. (2024). Cómo se cuenta la historia: tipología de las narrativas interactivas en el periodismo. 898. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/emp.98652>
- Gómez, Á. (2021). Big data, un sistema de gestión de datos. 8. Obtenido de https://tauniversity.org/sites/default/files/articulo_big_data_de_angel_gomez_degraves.pdf?utm
- Guamán, M. A. (2023). Análisis de las nuevas narrativas periodísticas aplicadas en la difusión de temas sociales en medios digitales: cómo narran la inmigración GK y La Andariega. 11. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/home>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGraw. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. 9(5), 49-64. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Herrero, P. (2020). Nuevas narrativas periodísticas entre la información y la simulación lúdica: los docuwebs y los newsgames. 5. doi:<https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.5>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Jairo Sebastian Aguilar Bosmediano, K. d. (2025). Estrategias de contenido de medios de comunicación digital en Facebook y su incidencia en el engagement de la audiencia. 3. doi:<https://doi.org/10.46652/rgn.v11i50.1621>
- Jairo Sebastian Aguilar Bosmediano, K. d. (2025). Estrategias de contenido de medios de comunicación digital en Facebook y su incidencia en el engagement de la audiencia. 3.

doi:<https://doi.org/10.46652/rgn.v11i50.1621>

Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.

Kumar, M. W. (2021). Big data characteristics, classification and challenges - a review. 3.

Obtenido de <file:///C:/Users/leona/Downloads/BIGDATACHARACTERISTICSCCLASSIFICATIONANDCHALLENGES-AREVIEW.pdf>

Mayorga, C. A. (2023). Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador. 2. Obtenido de <https://repositorio.ute.edu.ec/home>

Montserrat Jurado, B. P. (2013). Periodismo cultural en el siglo XXI (II). 4. Obtenido de file:///C:/Users/leona/Downloads/Formatosnarrativosenelperiodismocultural_Innovacinyc reatividadenunentorno interactivo.pdf

Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>

Palmero, S. (2019). La enseñanza del componente gramatical: el método deductivo e inductivo. 17. Obtenido de https://uvadoc.uva.es/handle/10324/40396?utm_source

Pérez, P. T. (2020). La inteligencia artificial aplicada a informativos. 9. Obtenido de https://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/informe_3.pdf

Pérez, P. T. (2023). Personalización de contenidos en medios audiovisuales. *SciELO*, 9.

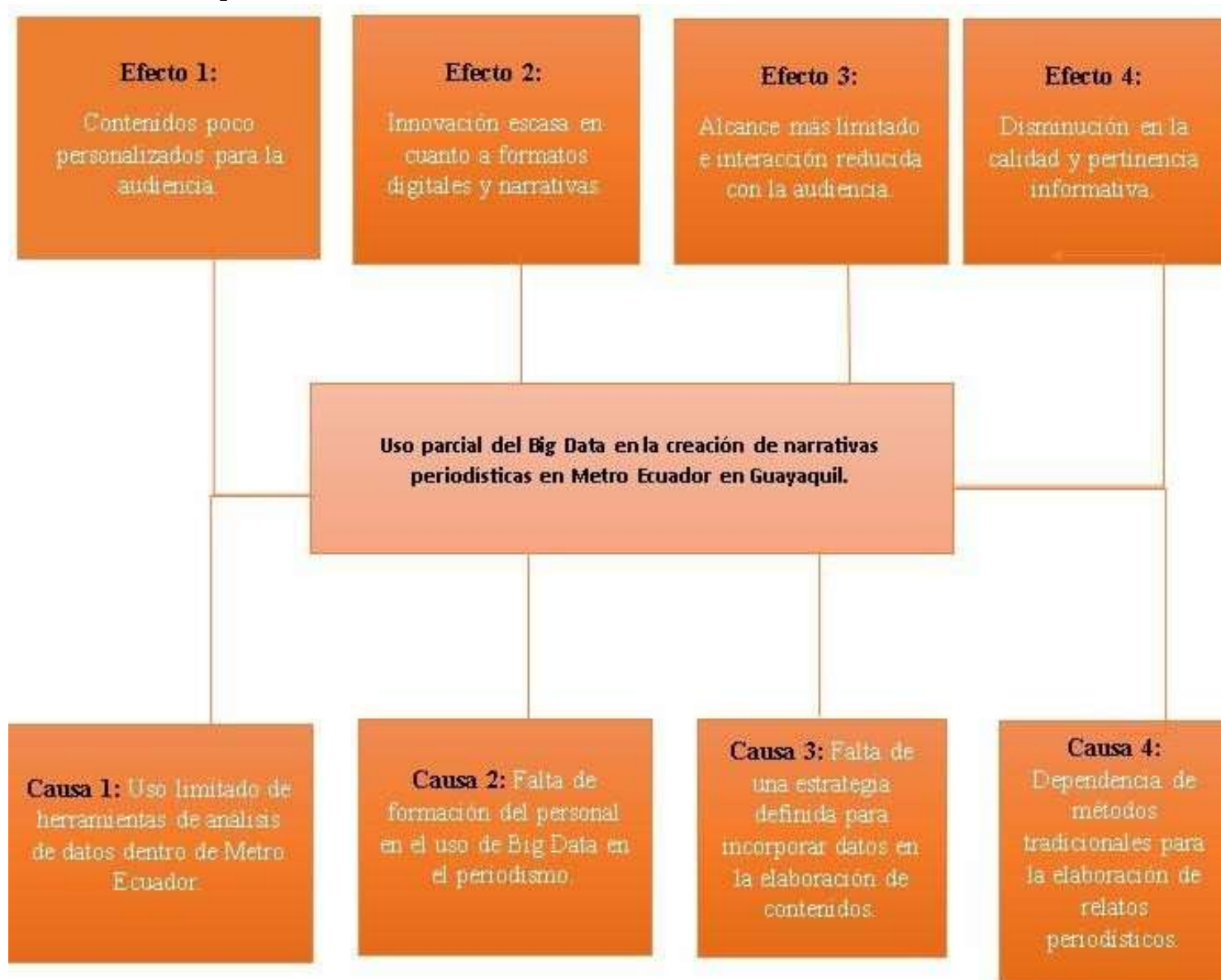
Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.

Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria,*

- Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Salcedo, C. G. (2018). La calidad del dato en los sistemas de información de convivencia y seguridad ciudadana. 19. doi:<https://doi.org/10.25100/peu.239>
- Sampieri. (2014). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 127. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. Obtenido de file:///C:/Users/leona/Downloads/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%206ta%20EDICION.pdf
- Senecyt. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Torres, J. L. (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. 3. doi:<https://doi.org/10.36105/stx.2020n5.05>
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Vázquez, J. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características. 5. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70222>
- wolf. (1987). La investigación de la comunicación de masas. 111.

8. ANEXOS

Árbol del problema



Anexo: Matriz de Validación de instrumento por Juicio de Expertos

Datos del experto

Nombre del experto: Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero

Título académico: MGTR. COMUNICACIÓN – MSC. GESTIÓN EDUCATIVA

Área de Especialización: COMUNICACIÓN- EDUCACIÓN

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Correo Electrónico: gsantamariar@upse.edu.ec

Fecha de Evaluación: 30 de junio de 2026

Datos del instrumento

Título del instrumento: Entrevista – Guía de preguntas semiestructuradas.

Nombre del estudiante: Maldonado Baez Ilce Yamilet y Romo Bazan Gerardo Romo

Variable(s) evaluadas: Big data y Narrativas periódicas

Población Objetiva: 2 expertos (1 experto para cada variable)

Número de ítems: 10 preguntas

Escala de valoración

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

Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia
3. Pertinencia
4. Suficiencia
5. Adecuación semántica
6. Relevancia científica 7. Formato / estructura

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	

Evaluación global

Criterio	Valoración	Observaciones
Claridad general del instrumento	4	Muy adecuado
Coherencia interna	4	Muy adecuado
Pertinencia de los ítems	4	Muy adecuado
Cobertura de dimensiones	4	Muy adecuado

Adecuación para la población objetivo	4	Muy adecuado
Viabilidad de aplicación	4	Muy adecuado

Recomendación final del experto

☒ 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

GREGORY PETER SANTA
MARIA ROMERO

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, MGTR
Docente/Experto

Matriz de Validación de Instrumento por Juicio de Expertos

Datos del experto

Nombre del experto: Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero

Título académico: MGTR. COMUNICACIÓN – MSC. GESTIÓN EDUCATIVA

Área de Especialización: COMUNICACIÓN- EDUCACIÓN

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Correo Electrónico: gsantamariar@upse.edu.ec

Fecha de Evaluación: 30 de junio de 2026

Datos del instrumento

Título del instrumento: Ficha de análisis de contenido

Nombre del estudiante: Maldonado Baez Ilce Yamilet y Romo Bazan Gerardo Romo

Variable(s) evaluadas: Big data y Narrativas periodísticas

Población objetivo: Noticias informativas

Número de ítems: cada 15 días

Escala de valoración

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

Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia

3. Pertinencia

4. Suficiencia

5. Adecuación semántica

6. Relevancia científica 7. Formato / estructura

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	

Evaluación global

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

Recomendación final del experto

☒ 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:



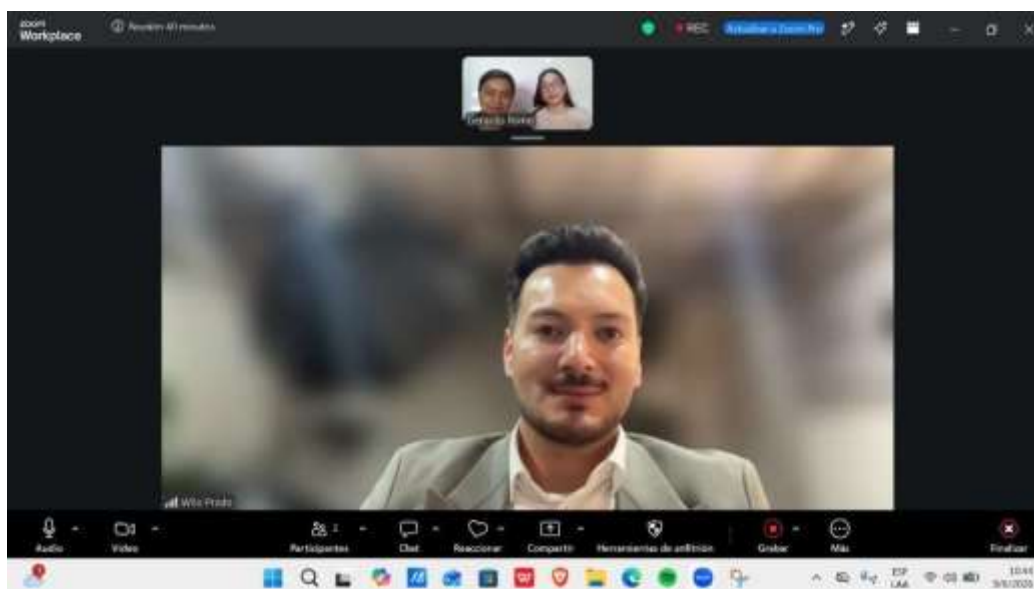
Firma

STAMPADO ELECTRONICAMENTE POR:
GREGORY PETER SANTA
MARIA ROMERO

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, MGTR.
Docente/Experto

Archivo fotográfico de entrevista

Primera entrevista al experto y Mgtr en comunicación estratégica digital y audiovisual Wilo Prado.



Segunda entrevista al experto y Mgtr en comunicación y políticas en desarrollo social César Arizaga



Técnica: Entrevista**Instrumento: guía de preguntas semiestructurada**

Objetivo específico: Determinar cómo se utilizan las herramientas de Big Data para generar contenido periodístico en el diario Metro de Guayaquil.

Entrevistado: Mgrt. Wilo Prado

Cargo: Periodista, presentador y creador de contenido ecuatoriano

Especialidad: Magíster en Comunicación Estratégica Digital y Audiovisual.

Entrevistador: Ilce Maldonado y Gerardo Romo

Entrevistado: Mgrt. César Arizaga

Cargo: Docente universitario e investigador en comunicación.

Especialidad: Magíster en Comunicación política de desarrollo social.

Entrevistador: Ilce Maldonado y Gerardo Romo

Variables/categorías	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	¿Cuál considera que es el papel del Big Data en el periodismo actual?		
Big Data	¿Qué herramientas de Big Data son más utilizadas en los medios de comunicación?		
	¿Cómo contribuyen estas herramientas a la recopilación y análisis de información?		
	¿Qué ventajas ofrece el Big Data en la producción periodística?		
	¿Qué limitaciones o desafíos presenta su implementación?		

Variable Dependiente	¿Cómo describiría las narrativas periodísticas que predominan actualmente en los medios digitales?		
Narrativas Periodísticas	¿De qué manera han evolucionado las narrativas periodísticas en los últimos años?		.
	¿Qué elementos contribuyen a que una narrativa periodística genere mayor interés en la audiencia?		
	¿Qué características considera fundamentales en una narrativa periodística efectiva?		
	¿Cuáles son principales desafíos que enfrentan los periodistas al construir narrativas periodísticas en entornos digitales?		

Técnica: Análisis de contenido**Instrumento: Ficha de cotejo**

Objetivo específico: Examinar al diario Metro de Guayaquil través de un análisis de contenidos periodísticos

Días de análisis	Nombre del medio	DIARIO METRO GUAYAQUIL			
Fechas	Dimensión	Criterio	Sí	No	Observación
05 de Enero hasta el 20 Enero	Tipos de big data	Variedad	x		
21 de Enero al 05 de Febrero	Características del big data	Tratamiento de información	x		
06 de Febrero al 20 de Febrero	Calidad de los datos informativos	Veracidad	x		
21 de Febrero al 07 Marzo	Personalización de contenidos periodísticos	Segmentación de audiencia		x	
08 de Marzo al 22 de Marzo	Interacción con la audiencia	Participación ciudadana		x	

23 de Marzo al 06 de Abril	Innovación narrativa digital	Estructuración estética	x		
----------------------------	------------------------------	-------------------------	---	--	--

22 de Abril al 6 de Mayo	Tipos de big data	Integración de datos	x		.
07 de Mayo al 21 de Mayo	Interacción con la audiencia	Vinculación hipertextual externa		x	
22 de Mayo al 05 de Junio	Características del big data	Velocidad y volumen	x		