

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i1.2094>

## **Transformación digital de medios tradicionales de Riobamba y su adaptación al ecosistema de redes sociales**

*Digital transformation of traditional media in riobamba and their adaptation to the  
social media ecosystem*

**Leidy Mishel Jara Suica**

[mishelj630@gmail.com](mailto:mishelj630@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0001-8421-000X>

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Ecuador – Santa Elena

**Norma Allyson Armijos Triviño**

[norma.armijos@ug.edu.ec](mailto:norma.armijos@ug.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-7948-0312>

Universidad de Guayaquil  
Ecuador – Guayaquil

*Artículo recibido: 18 febrero 2026-Aceptado para publicación: 20 marzo 2026  
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.*

### **RESUMEN**


El presente artículo estudia el impacto de la transformación digital en los medios de comunicación tradicionales y como este cambio ha modificado las dinámicas de producción, difusión y consumo de la información en el entorno de redes actual. El estudio tiene como principal objetivo conocer de que forma la digitalización forma parte en las prácticas de comunicación y los modelos de gestión de información de los medios, así como indagar los desafíos y oportunidades que afrontan ante las nuevas plataformas tecnológicas. Para el desarrollo del trabajo se aplicó una metodología cualitativa, lo que permitió investigar aportes teóricos y estudios previos que van en concordancia con la comunicación digital, la innovación tecnológica y la evolución de los medios de comunicación, de la misma manera, se analizó los cambios que han tenido en el proceso de generación de contenidos, la interacción con los usuarios y su manera de adaptación implementada por los medios. Los resultados comprueban que los cambios digitales han impulsado una reconfiguración del ecosistema comunicativo, especializada por la tendencia de plataformas digitales, la rapidez informativa y la presencia de usuarios en la circulación de la información generada. Con este argumento, los medios tienen el desafío de innovar constantemente sus formas de brindar información para manera mantener así su reconocimiento. Para finalizar las redes sociales se consolida como un factor estructural en el avance del periodismo al promover nuevas maneras de interacción. La adaptación estratégica de los nuevos modelos de gestión se convierte también en detalles fundamentales para garantizar su sostenibilidad.

*Palabras clave:* transformación digital, medios de comunicación, ecosistema mediático, redes sociales, innovación tecnológica

## ABSTRACT

This article studies the impact of digital transformation on traditional media and how this change has modified the dynamics of information production, dissemination, and consumption in today's networked environment. The study's main objective is to understand how digitization is integrated into media communication practices and information management models, as well as to explore the challenges and opportunities they face with new technological platforms. A qualitative methodology was applied to this work, allowing for the investigation of theoretical contributions and previous studies related to digital communication, technological innovation, and the evolution of media. Similarly, the changes in the content generation process, user interaction, and the media's adaptation strategies were analyzed. The results confirm that digital changes have driven a reconfiguration of the communication ecosystem, characterized by the rise of digital platforms, the speed of information dissemination, and the active participation of users in the circulation of generated information. With this in mind, the media faces the challenge of constantly innovating its methods of delivering information in order to maintain its credibility. Finally, social media is consolidating itself as a structural factor in the advancement of journalism by promoting new forms of interaction. The strategic adaptation of new management models is also becoming fundamental to ensuring their sustainability.

*Keywords:* digital transformation, media, media ecosystem, social networks, technological innovation

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, “los medios de comunicación tradicionales enfrentan una inevitable transformación digital, que ha sido estimulada por la tendencia tecnológica y el acontecimiento de nuevos modelos de negocio que cambian la interacción con el público” (Monedero-Morales, 2025).

Esta reconfiguración ha desdibujado las fronteras entre el medio y su audiencia, generando un ambiente mediático y complejo.

La digitalización ha hecho que se den cambios importantes en la forma de dar datos informativos en los medios de comunicación.

En este caso, para (Moncayo Amores, 2025) “La transformación digital implica la adaptación de los medios a las nuevas dinámicas tecnológicas y comunicativas” (p.5).

La tendencia mediática explica el proceso mediante el cual los contenidos se difunden a través de distintas plataformas y medios de comunicación generando un proceso comunicativo entre el medio y sus audiencias. “La convergencia no ocurre a través de los aparatos mediáticos, sino dentro de los cerebros de los consumidores individuales y a través de las interacciones sociales” (Jenkins, 2008, p. 15).

Este fenómeno implica una transformación cultural en la forma en que las personas consumen información, ya que la convergencia no solo depende de la tecnología, sino también de prácticas sociales y de la participación de las audiencias en el ecosistema mediático digital.

Este estudio permitirá saber cómo los medios tradicionales han afrontado estos desafíos, analizando sus estrategias al entorno de redes sociales y el impacto de estas en su modelo periodístico y sostenibilidad. En este contexto, la digitalización no involucra solo la transferencia de contenidos hacia plataformas virtuales, sino un cambio integral del entorno mediático. “Las tecnologías actuales se han puesto a favor de la participación de los consumidores en los procesos de comunicación” (Castells, 2009).

La influencia de las redes sociales es imposible de negar. “Más del 80% de ciudadanos ecuatorianos utiliza redes sociales, lo que da importancia al uso de estas plataformas en la vida diaria” (Kemp, 2022). A partir de este indicado, se puede decir que las redes sociales han tomado un papel muy importante dentro de los procesos actuales de la comunicación. Su alto nivel de aceptación evidencia claramente que estas plataformas se han acentuado como espacios indispensables para la circulación de noticias, interacción entre las audiencias, y la construcción de la opinión social.

“Esto obliga a los medios tradicionales a reflexionar su enfoque y táctica de comunicación intentando no solo dar información, si no interactuar con las audiencias de manera positiva” (González, 2021).

Los medios de comunicación de Riobamba han ejecutado diversas estrategias para integrar las redes sociales en su funcionamiento. Este ajuste no solo es solo la figura digital, sino un cambio de la producción y difusión de noticias.

Las redes sociales han actualizado la forma en la que se origina y se difunde información en el periodismo actual. Estas plataformas digitales aprueban que los contenidos lleguen de manera más ligera al público y facilitan la interacción entre los medios de comunicación y los usuarios en este sentido, “las redes sociales e han convertido en herramientas fundamentales para el periodismo” (Cantos García & Cumba Castro, 2018, p. 118).

“Los medios locales, en la actualidad han empezado a utilizar plataformas como Facebook, WhatsApp, X, Tik tok, YouTube e Instagram para brindar información y fomentar el dialogo con su público” (Martínez, 2020).

Esta estrategia busca llamar la atención del público más joven y crear un sentido de comunidad. “La participación de la audiencia en la creación de contenido a través de comentarios y post se ha convertido esencial para la producción periodística” (Ramírez, 2022).

A Pesar de las ventajas que brinda la innovación digital, los medios de comunicación en Riobamba también afrontan diversos desafíos. “Una de las principales dificultades es la competencia con plataformas de información alternativas, que operan con mayor flexibilidad y sin muchas limitaciones que tradicionalmente han caracterizado a los medios convencionales” (Fernández, 2021).

Además, “la desinformación y las noticias no contrastadas son fenómenos preocupantes que pueden alterar la confianza de las audiencias en los medios que son ya establecidos” (Sánchez, 2020).

Sin embargo, “la digitalización exterioriza oportunidades significativas. La capacidad de dividir audiencias y personalizar contenido es una ventaja competitiva que los medios tradicionales pueden aprovechar” (Morales, 2022).

A partir de esta versión, se puede analizar que el entorno de digitalización ha cambiado la estrategia de comunicación de los medios, dando espacio para crear una mayor segmentación de las audiencias y una conciliación más segura de los contenidos a los gustos de los usuarios. Este proceso proporciona que los medios tradicionales mejoren la difusión de la información y fortifiquen su relación con los consumidores, al compartir contenidos más específicos y relevantes.

La capacidad de los medios para adaptarse a las nuevas tecnologías y el espacio digital es decisiva para su sostenibilidad en el futuro. “El proceso de transformación digital no solo representa un desafío para la supervivencia de los medios sino también una oportunidad para innovar y fortalecer el periodismo, especialmente en el ámbito local” (UNESCO, 2021). La afiliación de nuevas tendencias tecnológicas y plataformas digitales no solo hacen referencia a la

necesidad de mantenerse presentes frente a las permutaciones del entorno mediático, si no también nos da la opción de innovar en las formas de producción.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El siguiente proyecto de investigación es de carácter exploratorio analítico y descriptivo, seleccionada con base a los objetivos de la investigación, por lo cual se desarrolló bajo un enfoque cualitativo.

“Este enfoque permite explorar la dificultad de los fenómenos sociales dentro de un círculo general, sujetando la subjetividad y percepciones y el contexto vivido por los involucrados en el área de estudio” (Noreña-Peña, 2024).

Permitirá interpretar sobre transformación digital de medios tradicionales de Riobamba y su adaptación al ecosistema de redes sociales.

La unidad de estudio estuvo conformada por 19 medios tradicionales de la ciudad, en la cual involucró a 2 medios escritos, 15 estaciones radiales y 2 medios televisivos, que en la actualidad mantienen visibilidad o cuentan al menos con una red social digital. Los implicados de esta investigación fueron periodistas, directivos o responsables de los medios de comunicación en estudio, elegidos por su apego directo con los procesos de producción y difusión de contenidos en plataformas digitales.

La técnica de recolección de datos que se utilizó para el análisis de la información fue la entrevista semiestructurada, entendida como “un instrumento cualitativo que facilita tener información clara y minuciosa mediante el instrumento de una guía de preguntas abiertas en base a categorías previamente definidas misma que llevara a tener información detallada y flexible sobre la manera de pensar de las personas involucradas en la investigación” (Hernandez Sampieri & Mendoza, 2022).

Este tipo de técnica permitió obtener información extensa y adaptable sobre las estrategias de adaptación digital, el uso de las nuevas redes sociales, los cambios en los procedimientos periodísticos y las barreras enfrentadas durante el proceso de digitalización.

La manera en la que se realizó la recolección de información se lo hizo en varias fases, en primera instancia, se identificaron los medios tradicionales que tenían visibilidad en las redes sociales, después de aquello, se contactó a los responsables de aquellos medios, para tener su participación voluntaria en esta investigación, las entrevistas se lo realizo de manera presencial según la disponibilidad de las personas que colaboran en este análisis, y fueron registradas mediante notas de campo y grabaciones de audio, previo consentimiento informado.

Para el análisis de la información recabada, se aplicó el proceso de análisis de contenido cualitativo, los datos obtenidos mediante las entrevistas fueron transcritas y estructuradas en matrices de análisis lo que facilito identificar las categorías y subcategorías y patrones repetitivos que vayan en relación con la transformación digital y su adaptación a lo digital. Este

procedimiento proporcione la interpretación sistemática de los datos y la elaboración de resultados presentados en el estudio.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La transformación digital de los medios tradicionales de Riobamba y su adaptación al ecosistema de redes sociales.

El análisis de información que se ha recogido mediante el instrumento que fue la entrevista a representantes o directivos de los medios de comunicación tradicionales, ha permitido percibir las trascendentales peculiaridades del proceso de evolución digital que han experimentado estas empresas u organizaciones en las últimas décadas. Los resultados demuestran cambios importantes en la forma de creación, difusión y consumo de la información, así también la relación que tiene los medios con sus audiencias.

**Tabla 1**  
*Medios de comunicación*

MEDIOS RADIALES						
Medio	Año	Redes sociales	Cambio de contenidos	Estrategia digital	Alcance	Dificultades
Positiva	2021	Facebook Tik tok, X Kick	Si	Trasmisiones En vivo y clips	Aumentó	Adaptación tecnológica
Oxigeno	2012	Facebook WhatsApp Instagram	Si	Streamig y difusión en redes	Aumentó	Capacitación digital
Ciudad	2020	Facebook WhatsApp	Si	Noticias y programas en vivo	Aumentó	Inversión tecnológica
Tricolor	1992	Facebook YouTube	Si	Trasmisiones	Aumentó	Adaptación personal
Sol	2011	Facebook WhatsApp	Si	Interacción con audiencia	Aumentó	Equipos tecnológicos
Canela	2000	Facebook Instagram	Si	Streaming	Aumentó	Competencia digital
Hola	2014	Facebook Tik Tok	Si	Contenido audiovisual	Aumentó	Producción multimedia
Andina	1994	Facebook WhatsApp	Si	Difusión de noticias y entrevistas	Aumentó	Capacitación tecnológica
Católica	1990	Facebook YouTube	Si	Programas de religión	Aumentó	Actualización tecnológica
Bonita	2005	Facebook Instagram	Si	Contenido Multimedia	Aumentó	Gestión de redes
Cumbre	2003	Facebook WhatsApp	Si	Programas informativos	Aumentó	Adaptación digital
Mundial	1996	Facebook YouTube	Si	Trasmisiones	Aumentó	Inversión tecnológica
Voz AIECH	2003	Facebook	Si	Información cultural	Aumentó	Recursos limitados

ERPE	1962	Facebook YouTube	Si	Programas educativos	Aumentó	Capacitaciones
La Mega	2010	Facebook Tik Tok Instagram	Si	Contenido de jóvenes	Aumentó	Producción
<b>MEDIOS TELEVISIVOS</b>						
TVS	1998	Facebook	Si	Transmisión de noticias	Aumentó	Equipos de tecnología
Ecuavisión	2002	Facebook Instagram	Si	Streaming	Aumentó	Competencia
<b>MEDIOS ESCRITOS</b>						
La Prensa	1992	Facebook Instagram X	Si	Redes sociales y pagina web	Aumentó	Adaptación a redes
Los Andes	1994	Facebook X	Si	Publicaciones en página web	Aumentó	Transformación modelo de empresa

Elaborado por: Las Autoras

Uno de los aspectos importantes que se analizó fue cuando los medios iniciaron su presencia en espacios digitales, a partir de los testimonios realizados, se notó que la digitalización inició de manera continua entre la primera década del siglo XXI.

Los resultados demuestran que los medios tradicionales empezaron su presencia en lo digital especialmente en páginas web y transmisiones en Facebook.

Con base al análisis de la primera pregunta los resultados evidencian que la mayoría de los medios tradicionales de Riobamba también conocida como la Sultana de los Andes han asociado plataformas digitales durante los últimos 10 años como contestación a los cambios en los hábitos de consumo informativo por parte de la audiencia.

El uso de las redes sociales también forma parte importante de este estudio, permitiendo identificar las plataformas más utilizadas por los medios para compartir su contenido y establecer el feed back con la audiencia.

Los resultados obtenidos demuestran que todos los medios utilizan Facebook, consolidándose como la principal plataforma para difusión de información.

La Red de mensajería WhatsApp es utilizada por los medios, especialmente como canal de interacción directa con el público. Mientras que Instagram es utilizada por los medios de manera especial para contenido visual y promoción de la institución.

Tik tok es utilizada para atraer público joven mediante videos cortos y dinámicos creando así un espacio de entretenimiento e interactivo.

YouTube es utilizada como un repositorio de entrevistas y transmisiones especiales y X es una de las plataformas menos utilizadas por los medios de comunicación ya que solo lo utilizan para noticias cortas y información de carácter institucional.

Estas derivaciones manifiestan que los medios locales han transformado sus canales de comunicación, acostumbrándose a las características de cada plataforma digital para aumentar su alcance.

El Proceso de digitalización también ha comprometido cambios en los formatos y estilos de la creación de contenidos. Tradicionalmente, los medios de radio se identificaban por la difusión de información de manera auditiva; sin embargo, el entorno digital ha estimulado la incorporación de elementos multimedia.

Otro aspecto importante del análisis se relaciona con las estrategias que se han implementado para fortalecer la presencia en redes sociales, dando como resultado que la mayoría de los medios utilizan el streaming, para transmitir sus programas radiales o eventos.

Los detalles más significativos de la investigación es el impacto de las redes sociales en el alcance que tiene los medios con su audiencia, en la cual la mayoría de los entrevistados concuerdan que las redes sociales han ampliado su público, permitiendo llegar no solo a un entorno local si no a un público que se encuentra fuera del espacio geográfico perteneciente a Riobamba.

Por último, es importante mencionar que, así como se ha visto beneficios actualmente, el proceso de transformación hacia la digitalización también ha presentado algunos desafíos como la capacitación y adaptación al personal de las nuevas dinámicas de producción de información, además de lo económico ya que señalan la necesidad de inversión en equipos tecnológicos.

En términos generales, el análisis de los 19 medios estudiados afirma que, el ecosistema mediático de Riobamba se encuentra en un proceso permanente y activo de evolución digital. La mayoría de los medios han implementado redes sociales y plataformas de transmisión en línea como parte de sus estrategias de comunicación, con el propósito de mantener su importancia u/o jerarquía en un entorno mediático cada vez más competitivo.

La digitalización ha logrado ampliar el alcance más allá de las limitaciones geográficas de señal tradicional, permitiendo la interacción con las audiencias globales, especialmente con el público migrante.

No obstante, esta transformación también genera retos relacionados con la formación del personal, la inversión económica y la adaptación de modelos tradicionales a la producción digital y las dinámicas de consumo.

En este espacio, la transformación digital de los medios de Riobamba se configura como un proceso continuo que requiere cambios, actualización, y estrategias de comunicación orientadas a la tendencia mediática.

## CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en la investigación se pudo concluir que los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Riobamba han empezado un proceso de cambios en transformación digital, inspirados especialmente por los cambios en los hábitos de consumo de información y el crecimiento de las redes sociales como principales espacios de acceso a la información.

El proceso de digitalización ha forjado una tendencia mediática, en la que los medios tradicionales han empezado a integrar diferentes formatos comunicativos como audio, video y texto dentro de un mismo entorno digital. esta convergencia permite aumentar las posibilidades narrativas de información, pero también obliga a los medios a desplegar nuevas competencias profesionales y tecnológicas para adecuarse a las demandas de una audiencia cada vez más conectada y participativa.

Es por ello, por lo que se afirma que las redes sociales especialmente Facebook, se ha convertido en la plataforma digital más utilizada por medios tradicionales, porque permite realizar transmisiones en vivo, difundir noticias de manera rápida y generar interacción directa con su público. Además, otros espacios como Instagram, tik tok, WhatsApp y YouTube completan este proceso de difusión de contenidos informativos y de entretenimiento.

De igual manera, los resultados enseñan que el uso de las plataformas ha permitido que los medios se puedan ampliar significativamente, superando las limitaciones geográficas de la radio, televisión, o prensa, lo que hace más fácil la conexión con el público local, nacional e incluso las personas migrantes.

En este sentido, el futuro de los medios tradicionales depende de la capacidad que tenga para integrar la innovación tecnológica con la calidad de información, creando estrategias de comunicación que dan paso a la adaptación de un espacio digital en constante progreso, obviamente sin dejar atrás su función principal como es el general información confiable y relevante para la sociedad.

## REFERENCIAS

- Cantos García, J., & Cumba Castro, E. (2018). *Periodismo en las redes sociales y las nuevas narrativas dentro de la comunicación digital*. *Ciencia Sociales y Económicas*, 2(1), 115–129. <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.269>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Fernández, A. (2021). *Desafíos del periodismo digital en América Latina*. *Revista de Comunicación*, 15(2), 45-62.
- González, J. (2021). *El impacto de las redes sociales en la comunicación local*. Editorial Universitaria. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i3.12005](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.12005)
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2022). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. <https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Ecuador*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ecuador>
- Martínez, P. (2020). *La evolución del periodismo en la era digital*. Editorial Comunicación.
- Morales, L. (2022). *Estrategias de comunicación digital en medios locales*. *Revista de Estudios de Comunicación*, 10(3), 89-102.
- Moncayo Amores, D. P. (2025). *Análisis de la transformación digital de medios de comunicación en Riobamba y su influencia en la producción de contenidos*. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(17). <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.365>
- Monedero-Morales, C. del R. (2025). *Periodismo digital en Ecuador: entre innovación y dependencia financiera. Un estudio comparativo Quito-Guayaquil*. *Dixit*, 39, e4673. <https://doi.org/10.22235/d.v39.4673>
- Noreña-Peña, A. (2024). *La investigación cualitativa como enfoque metodológico fundamental en la investigación en ciencias de la salud*. *MedUNAB*, 27(2), 126–130. <https://doi.org/10.29375/01237047.5318>
- Ramírez, S. (2022). *Participación ciudadana en la creación de contenido informativo*. *Comunicación y Sociedad*, 14(4), 55-70.
- Sánchez, M. (2020). *Fake news y su efecto en la confianza pública en los medios*. *Revista de Ética y Comunicación*, 5(2), 39-50.

UNESCO. (2021). *El futuro del periodismo en la era digital*. Recuperado de <https://www.unesco.org/future-journalism>