

RESUMEN

Esta investigación propone crear un modelo de periodismo para compartir información a través de internet y redes sociales. Tiene como casos de estudio a Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador Sudamérica (ANDES).

La sociedad, la economía, la política, el periodismo – y todo lo que nos rodea - ha cambiado con la tecnología digital y la era de la hiperconexión. Diez años atrás a nadie le preocupaba no estar conectado y en ningún momento se imaginaba la conversación sin límites; es decir, romper las barreras de la comunicación a través de interacciones digitales conocidas como las redes sociales.

Esta nueva forma de comunicación tiene como eje dos temáticas generacionales. La primera basada en el subjetivismo, según la cual existe un usuario protagonista (conocida como solipsismo) y la segunda que se aplica cuando el usuario se siente ligado al grupo de gente al que se pertenece (conocida como tribalismo).

Con el pleno auge de la era digital, mediante los 140 caracteres de Twitter y las actualizaciones instantáneas de Redes como Facebook o Google+, con sistemas de geolocalización web y móvil, la información en la actualidad se comparte mediante mensajes para el instante, transitorios y reutilizables.

Ante esto, los medios tradicionales, el periodismo y los periodistas, deben responder a las demandas de sus nuevos públicos; a la par, con los nuevos insumos tecnológicos y están obligados a innovar - como pocas veces lo ha hecho- para tener un modelo digital que asegure la sostenibilidad de un periodismo que aporte conocimiento para contribuir a formar la opinión de sus lectores, busque la calidad en la forma de presentar sus

contenidos y que esté convencido de que una ciudadanía bien informada es un aporte a la democracia.

Es de ahí donde se desprende la interrogante ¿Cómo ejemplificar un modelo de periodismo digital para compartir información a través de Internet y redes sociales?, de tal manera que surge como objetivo general Ejemplificar un modelo digital de periodismo para compartir información a través de Internet y la Red, como objetivo conceptual el Analizar los conceptos de geolocalización, redes sociales, microblogging y periodismo digital, objetivo contextual: Investigar el tipo de contenidos y su impacto en redes sociales de los medios de comunicación Diario El Comercio y la Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES), objetivo operativo: Diseñar un portal comunicacional en Internet, que fusione las mejores experiencias de los medios digitales privados y públicos, con adaptación a las nuevas tecnologías de información y su uso en redes sociales.

En la actualidad, el periodismo se hace popular dentro de los vertiginosos procedimientos de las Redes Sociales que emergen como diversas formas de comunicación y socialización de información.

Así, los grandes medios de comunicación prestan cada vez más atención a estos nuevos ejercicios periodísticos y tratan de ejercer impacto a un nuevo mercado de lectores cibernéticos.

La investigación abarcó la metodología de investigación aplicada de corte cualitativo, la revisión bibliográfica, los antecedentes y el contexto del tema investigado, como instrumento se utilizó la encuesta con un cuestionario de preguntas cerradas, y la

entrevista basada en un guión semi estructurado con el objetivo de lograr una sistematización y análisis de la información recopilada.

El primer capítulo aborda la teoría del Actor Red, la evolución de los medios de comunicación desde la imprenta hasta la web, la definición del periodismo digital, la geolocalización y el periodismo digital, la relación existente entre el *microbloggin*, las redes sociales y el periodismo digital, para concluir con el perfil del periodista digital.

En el capítulo se pretende dar a conocer un conjunto de elementos que permitan dar a conocer la importancia y vigencia del periodismo digital, así como su relación con los diferentes adelantos comunicacionales que permiten brindar una noticia de mayor calidad, veracidad y la forma en la que estas nuevas tecnologías de la información han transformado el perfil, actitud y que hacer de los comunicadores sociales.

El Ecuador no ha escapado a los avances tecnológicos de la comunicación, así como al uso masivo del internet y las redes sociales, la sociedad ecuatoriana cada día exige un mayor volumen de información y conocimientos tanto nacionales como internacionales debido en gran medida al hecho que la economía nacional es un producto de la globalización mundial.

La aparición del periodista digital y el uso de las redes sociales es un fenómeno existente desde la década del 90 del siglo pasado, aunque es de destacar que el periodismo digital actualmente ha ganado una importancia y relevancia que sino supera a las ediciones físicas, es un elemento de obligada consulta al que acceden la mayoría de los lectores debido a las muchas ventaja y facilidades que brinda la información digital.

El tercer capítulo, realiza un análisis que abarcará aspectos de Diario El Comercio y la Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES tales como la historia, funcionamiento, aspectos relevantes, políticas de acción, medios que utilizan para divulgar y captar noticias; además del modo operandi, elementos que permitirán crear una imagen exacta de la importancia y labor de dichos medios de comunicación a nivel nacional e internacional.

La historia de ambos medios a pesar de la relativa juventud de ANDES, responde a la necesidad de lograr un nivel informativo óptimo y veraz, el cual comprenda la realidad nacional e internacional sin estar supeditado a intereses que puedan influir en la difusión de noticias de algún modo.

Se decidió realizar el trabajo investigativo en Diario El Comercio debido al historial, antigüedad y vigencia de dicho medio en la sociedad ecuatoriana, es de destacar que es uno de los medios de mayor difusión a nivel nacional e internacional dada su política de seriedad, seguridad y veracidad.

Por su parte, ANDES debido al papel ha logrado captar la atención de los ecuatorianos a nivel nacional e internacional y ubicarse entre las Agencias de noticias más importantes y reconocidas a nivel nacional y regional.

Estos medios representan la labor periodística en Ecuador en los cuales la noticia imparcial y la constante información son premisas y objetivos centrales de su labor.

Es esencial destacar la dedicación y compromiso de dichos medios con la difusión de los eventos que ocurren a diario tanto a nivel nacional e internacional.

También se aborda las metodologías, modalidades de la investigación, sus niveles, tipos, métodos, se especifica la población y la muestra, las técnicas investigativas

utilizadas para obtener la información que permita realizar un análisis de los instrumentos aplicados para a partir de estos datos lograr establecer las tendencias de favoritismo por parte de la población quiteña.

De los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas se desprende que el medio digital que con mayor frecuencia se utiliza para acceder a la información noticiosa es la prensa. El periódico digital El Comercio el más visitado por los lectores digitales.

Pudo comprobarse que las redes sociales son utilizadas con una frecuencia diaria en la mayoría de los casos, con el objetivo de buscar información, evidenciándose la importancia y vigencia de la información digital como medio de difusión de la noticia.

También se azeveró que existe la necesidad de que los comunicadofres sociales en uso de su profesión manejen las redes sociales con el objetivo de brindar una información de calidad

Los coordinadores de los medios de comunicación El Comercio y ANDES reconocieron que utilizan diariamente las redes sociales con el objetivo de recabar y difundir la información noticiosa, debido a la facilidad de acceso y seguimiento constante de la noticia.

También reconocieron la importancia de la difusión de las noticias a través de las redes sociales por su facil uso y apego por gran parte de la población.

Estos instrumentos aplicados arrojan como resultado utilizar redes sociales en la difusión de la noticia, incrementa notablemente el número de lectores que acceden a dichos medios en búsqueda de información.

El cuarto capítulo recopila las experiencias de Diario El Comercio y la Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES plasmadas en la plataforma digital de periodismo La Mala Letra (www.lamalalettra.com).

La Mala Letra es una propuesta independiente creada por comunicadores (periodistas, publicistas, cineastas y diseñadores) que pretenden explorar nuevos formatos para el ejercicio periodístico.

La plataforma gusta de contar historias cotidianas a través del uso de diferentes herramientas multimedia y recursos literarios que permitan plantear un enfoque y tono innovador.

Esta plataforma invita al lector a despertar sensibilidades y perspectivas sobre distintos temas como música, literatura, arte, cine, fotografía, investigación, historia, sociedad, actualidad, género, personajes anónimos, entre otros.

La Mala Letra fue desarrollada en base a un ecosistema de información; es decir una plataforma que interactúa continuamente y se complementa con las experiencias de Diario El Comercio y ANDES.

El sitio web fue pensado como un documento de información electrónica capaz de contener texto, sonido, video, programas, enlaces, imágenes y aplicaciones de la web 2.0.

El diseño está pensado para atraer la atención de los usuarios, incrementando el número de lectores y por informar a un mayor número de personas.

La web es el rostro de sus gestores y por ello la imagen que proyecta posee diseños y gráficos que no entran en contradicción con los colores de las letras, color del fondo, textos y errores cromáticos.

Tal y como presentan sus diseños Diario El Comercio y ANDES, el diseño de La Mala Letra está concebido para todo tipo de usuarios y plataformas, con ilustraciones bien organizadas y representadas. Las imágenes colocadas son de alta calidad.

La Estructura técnica de la Mala Letra se adapta a las nuevas tendencias de las tecnologías de la información y comunicación y consta de:

- **Hosting:** El sitio web está alojado en un hosting confiable, con medidas de seguridad y de gran capacidad. El mismo tiene la función de tener al portal operativo las 24 horas del día, durante los 365 días del año, con un 99,9% de operatividad visible para que cualquier ciudadano del mundo pueda acceder a los contenidos.

El hosting tiene un gran ancho de banda y es de espacio en disco flexible para tener servicios de alta calidad con muy buena velocidad de descarga y un Panel de Control completo, intuitivo y completamente seguro.

- **Dominio:** El tipo de Dominio que tiene el sitio Web es: www.lamalalettra.com
- **Plataforma:** La página La Mala Letra está soportada sobre un formato HTML 5 WordPress para tener una página dinámica que responda a las necesidades comunicacionales de los autores y brinde todas las seguridades que se requiere.

La navegación es interactiva y reduce el número de pasos necesarios para encontrar la información requerida. La plataforma optimiza las páginas para

lograr una misma proporción y distribución gráfica de todos sus elementos en cualquier visualizador.

Cuenta con un Gestor de Contenidos (CMS) moderno, de fácil uso y multiplataforma para publicar noticias e información en forma totalmente autónoma mediante el upload de textos, documentos PDF, Documentos Office, audios, videos y fotos.

La plataforma digital La Mala Letra está dividida en seis espacios periodísticos que son: Crónicas, Entrevistas, 2.0, Reseña, Reportajes, y Blogs. Estos espacios a su vez recaen sobre la página de inicio del sitio web y son actualizados constantemente.

Los espacios son herramienta multimedia que difunden imágenes, videos y textos periodísticos de alta calidad con la temática de periodismo de autor.

En la Mala letra algo importante es anotar que no es lo mismo escribir para la versión impresa que para la versión digital. Las notas de ambos soportes, si bien deben seguir las mismas reglas generales de la contrastación y verificación de fuentes, así como de titulación, uso de comillas, cursivas y estilo en general, y de correcta escritura, tienen algunas diferencias, pues, en la mayoría de los casos, los lectores son distintos.

Conclusiones

El periodismo digital ha ganado un espacio innegable en la vida social a nivel mundial y el uso de las redes sociales y sus aplicaciones una de las novedades tecnológicas que han revolucionado todos los aspectos de la vida actual actuales.

Esta serie de análisis segmentada por capítulos demuestran que el internet y los medios de comunicación se han revelado como el campo de mayor crecimiento y desarrollo del

periodismo, de forma tal que muchos periódicos impresos han dejado de publicarse o han disminuido notablemente sus impresiones.

La masificación del internet a todos los niveles y estratos sociales ha traído como consecuencia el incremento de la búsqueda de información y la democratización de la misma.

Actualmente, a pesar de existir un uso de los periódicos digitales en Ecuador, falta difusión y conocimiento de la existencia de estos medios en la red principalmente personas de edad media y adultos.

Si bien es cierto que las redes sociales acaparan la atención de la juventud ecuatoriana las generaciones anteriores aún se actualizan en la utilización en estas herramientas tecnológicas.

Los avances científico técnicos y tecnológicos actuales son elementos que exigen una mayor preparación de los comunicadores sociales con el objetivo de hacer un uso adecuado de estos avances.

Existe una necesidad de actualización y profundización en los conocimientos y habilidades de los comunicadores sociales en la utilización de herramientas del internet, con la finalidad de elevar la calidad y rigor periodístico, logrando por ende una mayor calidad en el ámbito noticioso ecuatoriano.

El periodismo digital entre sus ventajas y características resalta la necesidad de un intercambio entre el emisor de la noticia y el receptor de la misma de forma tal que se establezca un sistema de retroalimentación que permita al comunicador social corregir, mejorar e incrementar el nivel periodístico de tal modo que capte el interés y atención permanente de los lectores.

Realizar campañas de difusión e información dirigidas a los sectores de edad media y adulta de la población ecuatoriana que hacen un uso menos intensivo del internet que las generaciones jóvenes para de esta forma dar a conocer la existencia de periódicos digitales.

Crear nuevos periódicos digitales y espacios de intercambio de noticias nacionales en redes sociales que permitan una mayor agilidad periodística y como resultado un mejor nivel informativo de la población ecuatoriana.



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DE GRADO

IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE PERIODISMO DIGITAL PARA
COMPARTIR INFORMACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES.
ESTUDIO DE CASO: DIARIO EL COMERCIO Y LA AGENCIA DE NOTICIAS
DEL ECUADOR Y SUDAMÉRICA (ANDES).

AUTOR: DANIEL ACHIG ARANHA

DIRECTOR: FERNANDO OÑA

QUITO – ECUADOR

2014

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación propone crear un periodismo interactivo a través de internet y redes sociales, para Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador Sudamérica (ANDES). Actualmente el periodismo digital de Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador Sudamérica (ANDES), se caracteriza por no poseer un intercambio constante y fluido con sus lectores, de tal manera que los comunicadores sociales no conocen de primera mano los intereses, inquietudes y deseos de los lectores, situación que afecta la calidad periodística de la noticia. La investigación abarcó la metodología de investigación aplicada de corte cualitativo, la revisión bibliográfica, los antecedentes y el contexto del tema investigado, como instrumento se utilizó la encuesta con un cuestionario de preguntas cerradas, y la entrevista basada en un guión semi estructurado con el objetivo de lograr una sistematización y análisis de la información recopilada. Tomándose en cuenta los resultados obtenidos se generaron recomendaciones para crear un periodismo interactivo, así como la ejemplificación de medio y periodismo digital La Mala Letra. Como conclusión principal de la investigación se obtuvo que tanto las redacciones El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES no poseen reciprocidad activa con los lectores a pesar que los mismos utilizan internet y redes sociales constantemente para obtener información de última hora.

**PALABRAS CLAVES: PERIODISMO DIGITAL / REDES SOCIALES / INTERNET
/ INFORMACIÓN / TECNOLOGÍA / COMUNICACIÓN.**

EXECUTIVE SUMMMARY

This research addresses the implementation of a model of digital journalism to share information via the Internet and social networks, studying the newspaper El Comercio and Public News Agency Ecuador South America (ANDES).

The use of new information technologies such as the Internet and social networks have attained a boom in the last decades of the last century and the first of this so that it has formed a new variant called journalism digital journalism which makes extensive use of such technologies in search, production and dissemination of news.

As a result of these advances in technology and social communicator has been forced to increase the amount and quality of knowledge in the use of such technologies to achieve greater efficiency and quality in the production of the news and its dissemination, it is currently digital journalism industry further growth and development.

Undeniably the value of social networks and Internet in spreading the news today, elements that are projected as fields of development, innovation and journalistic growth in the coming years will achieve profound changes in the work and journalism so that the professionals in this specialty must adapt their work to such means and increase their skills in the use of such technologies.

KEYWORDS: DIGITAL / NETWORKS / INTERNET / INFO / TECHNOLOGY /
COMMUNICATION JOURNALISM.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a uno de los oficios más lindos del mundo, el periodismo realizado en todas sus expresiones comunicacionales.

En la actualidad el país vive en una revuelta comunicacional con una Ley de Comunicación vigente y el espíritu de cuerpo de los medios privados para seguir con sus líneas editoriales. Esta disputa no existiría sin los “artesanos” de ambos intereses conocidos como: los comunicadores. La segunda dedicatoria va para aquellos periodistas ecuatorianos de a pie, realizadores audiovisuales que se trasladan en colectivo, comunicadores con grabadora de voz vieja y tantos otros que jamás pierden las ganas de hacer buen periodismo.

Por último, dedico también el trabajo a mi familia y Universidad eje fundamental de mi pensamiento social, político y humano.

AGRADECIMIENTO

Agradecer se define según el diccionario de la Real Academia de Lengua Española (RAE) como: “Sentimiento que nos obliga a estimar el beneficio o favor que se nos ha hecho o ha querido hacer, y a corresponder a él de alguna manera”.

A esta definición de la RAE debería acotarse los nombres: Edwin Francisco Achig Estrella y Martha Patricia Aranha Jiménez, pues ellos son la ejemplificación en carne y hueso de mostrar gratitud.

Jamás estaría donde estoy si no fuera por ellos y cada vez estoy más sorprendido de la suerte que tengo por tenerlos en mi vida. También gracias a mi hermano por ser el impulso de ser un buen profesional, independiente y soñador. Gracias familia.

Asimismo, agradezco a mis profesores de carrera y con especial mención a Fernando Oña, quien con su trabajo puso el grano de arena docente que es imprescindible.

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, DANIEL ACHIG ARANHA, con cédula de identidad # 1721718482, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

DANIEL ACHIG ARANHA
C.C.: 1721718482

Índice

<u>INTRODUCCIÓN</u>	xi
<u>CAPÍTULO I</u>	
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	
<u>1.1. Teoría del Actor Red</u>	1
<u>1.2. De la imprenta a la plataforma Web</u>	4
<u>1.3. ¿Qué es periodismo digital?</u>	15
<u>1.4. Geolocalización y periodismo digital</u>	19
<u>1.5. Microblogging y periodismo digital</u>	22
<u>1.6. Redes sociales y periodismo digital</u>	25
<u>1.7. Perfil del periodista digital</u>	29
<u>CAPÍTULO II</u>	
<u>NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN: PERIODISMO DIGITAL Y PERIODISTA DIGITAL EN ECUADOR</u>	
<u>2.1. ¿Periodismo digital en Ecuador?</u>	33
<u>2.2. Perfil del periodista digital ecuatoriano</u>	39
<u>2.3. Estructuras de periodismo en Internet</u>	44
<u>2.4. Cómo escribir para la Web</u>	49
<u>2.5. Periodismo móvil</u>	52
<u>2.6. Periodismo, fuentes, veracidad y publicación</u>	55
<u>2.7. Diario el comercio y andes como unidades de análisis</u>	59
<u>2.8. Diario El Comercio</u>	60
<u>2.8.1. La plataforma Digital de Diario El Comercio</u>	62
<u>2.9. Agencia de noticias de Ecuador y Sudamérica (ANDES)</u>	66
<u>2.9.1. La plataforma Digital de ANDES</u>	67
<u>2.10. Tipos de contenidos publicados en Diario El Comercio y ANDES</u>	69
<u>2.11. Difusión de contenido de Diario El Comercio y ANDES en redes sociales</u> ...	77
<u>2.12. Aplicación de las nuevas tecnologías en Diario El Comercio y ANDES en redes sociales</u>	81
<u>CAPÍTULO III</u>	
<u>ESTUDIO METODOLÓGICO</u>	
<u>3.1. Metodología</u>	83

3.1.1. Modalidades de la Investigación	83
3.1.2. Niveles o Tipos de Investigación	84
3.1.3. Población y Muestra	86
3.1.4. Técnicas investigativas	88
3.2. Recomendaciones para crear un periodismo interactivo	103
3.3. Tipos de plataformas digitales para periodismo	104
3.4. Principales herramientas para el periodismo en Internet	107
3.5. Recomendaciones para los periódicos digitales interactivos del Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica ANDES	117
3.5.1. Interactividad selectiva para Diario El Comercio la Agencia ANDES ...	119
3.5.2. Mejora de la interactividad comunicativa para Diario El Comercio la Agencia ANDES	121
3.5.3. Optimización de los recursos ya existentes en Diario El Comercio y la Agencia ANDES	123
3.5.4. Retos del periodismo digital interactivo de Diario el Comercio y la Agencia ANDES	124

CAPÍTULO IV

EJEMPLIFICACIÓN DE MEDIO Y PERIODISMO DIGITAL: LA MALA

LETRA

4.1 Plataforma digital La Mala Letra	127
4.2. Diseño	128
4.3. Estructura técnica	129
4.4. Contenido de La Mala Letra	130
4.5. Promoción de La Mala Letra	133

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
--	-----

Conclusiones	136
------------------------------------	-----

Recomendaciones	139
---------------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	141
------------------------------------	-----

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Edad	89
Gráfico 2 Sexo	90
Gráfico 3 Medio digital utilizado con mayor frecuencia	91
Gráfico 4 Periódico digital visitado en redes sociales	92
Gráfico 5 Frecuencia de utilización de redes sociales	93
Gráfico 6 Importancia de la difusión de noticias en redes sociales	94
Gráfico 7 Mayor preparación de comunicadores sociales	95
Gráfico 8 Incremento del uso de redes sociales	96

Índice de Tablas

Tabla 1 Edad	89
Tabla 2 Sexo	90
Tabla 3 Medio digital utilizado con mayor frecuencia	91
Tabla 4 Periódico digital visitado en redes sociales	92
Tabla 5 Frecuencia de utilización de redes sociales	93
Tabla 6 Importancia de la difusión de noticias en redes sociales	94
Tabla 7 Mayor preparación de comunicadores sociales	95
Tabla 8 Incremento del uso de redes sociales	96

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada implementación de un modelo de periodismo digital para compartir información a través de internet y redes sociales. Estudio de caso: Diario El Comercio y La Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES). Versa sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información tales como el internet y las redes sociales han logrado un auge en las últimas décadas de siglo pasado y las primeras del presente de forma tal que se ha conformado una nueva variante del periodismo denominado periodismo digital la cual hace un uso intensivo de tales tecnologías en la búsqueda, elaboración y difusión de la noticia.

La sociedad, la economía, la política, el periodismo – y todo lo que nos rodea - ha cambiado con la tecnología digital y la era de la hiperconexión. Diez años atrás a nadie le preocupaba no estar conectado y en ningún momento se imaginaba la conversación sin límites; es decir, romper las barreras de la comunicación a través de interacciones digitales conocidas como las redes sociales.

Esta nueva forma de comunicación tiene como eje dos temáticas generacionales. La primera basada en el subjetivismo, según la cual existe un usuario protagonista (conocida como solipsismo) y la segunda que se aplica cuando el usuario se siente ligado al grupo de gente al que se pertenece (conocida como tribalismo).

Con el pleno auge de la era digital, mediante los 140 caracteres de Twitter y las actualizaciones instantáneas de Redes como Facebook o Google+, con sistemas de geolocalización web y móvil, la información en la actualidad se comparte mediante mensajes para el instante, transitorios y reutilizables.

Ante esto, los medios tradicionales, el periodismo y los periodistas, deben responder a las demandas de sus nuevos públicos; a la par, con los nuevos insumos tecnológicos y están obligados a innovar - como pocas veces lo ha hecho- para tener un modelo digital que asegure la sostenibilidad de un periodismo que aporte conocimiento para contribuir a formar la opinión de sus lectores, busque la calidad en la forma de presentar sus contenidos y que esté convencido de que una ciudadanía bien informada es un aporte a la democracia.

Es de ahí donde se desprende la interrogante ¿Cómo realizar un modelo de periodismo digital para compartir información a través de Internet y redes sociales?, de tal manera que surge como objetivo general Ejemplificar un modelo digital de periodismo para compartir información a través de Internet y la Red, como objetivo conceptual el Analizar los conceptos de geolocalización, redes sociales, microblogging y periodismo digital, objetivo contextual: Investigar el tipo de contenidos y su impacto en redes sociales de los medios de comunicación Diario El Comercio y la Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES), objetivo operativo: Diseñar un portal comunicacional en Internet, que fusione las mejores experiencias de los medios digitales privados y públicos, con adaptación a las nuevas tecnologías de información y su uso en redes sociales.

En la actualidad, el periodismo se hace popular dentro de los vertiginosos procedimientos de las Redes Sociales que emergen como diversas formas de comunicación y socialización de información.

Así, los grandes medios de comunicación prestan cada vez más atención a estos nuevos ejercicios periodísticos y tratan de ejercer impacto a un nuevo mercado de lectores cibernéticos.

Y aunque el estudio de las Redes Sociales no es nuevo, algunos autores la ubican desde mediados del siglo XX (Revista Mexicana de Sociología Vol. 66, 2004); estas redes enfatizan la teoría del Actor-Red de Bruno Latour, que explica la amplia difusión de la idea de sociedad e información como un sistema estructurado en redes que dan imagen a un mundo construido por múltiples conexiones (Latour, 2008: 105).

De esta forma, las empresas tradicionales de comunicación están adoptando herramientas globales de conexión que permiten un periodismo digital basado en redes como Facebook, Twitter, Foursquare, YouTube, entre otros.

Estos, los nuevos difusores del contenido periodístico, se muestran flexibles, colaborativos, reflexivos, bidireccionales y repetitivos¹, y ejemplifican un nuevo consumo de la noticia.

La necesidad de plantear un análisis de medios tradicionales y digitales respecto al manejo de su información en la red y examinar minuciosamente estos nuevos espacios de difusión, se plantean bajo un estudio de impacto en la sociedad (psicológica,

¹ A través de un teléfono inteligente se pueden obtener proveedores de noticias digitales e información sobre las noticias globales de última hora.

sociológica, antropológica y mediática), que inmiscuye a los profesionales de la prensa en sus distintas actividades.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación generará reflexión y discusión desde el conocimiento que existe en área investigada, hasta las teorías propuestas por el Actor-Red, donde se detalla la constante la actualización teórica y práctica del profesional para seguir ejerciendo un periodismo contemporáneo.

En la metodología, esta investigación transmitirá la aplicación de un método de investigación de conocimiento válido y confiable para el área del Periodismo Digital.

Por otra parte, en cuanto a su alcance, esta investigación pretende abrir nuevos caminos para periodistas y sus puestas en escena para contenidos digitales y espacios en la Red, sirviendo como marco referencia.

Profesionalmente pondrá en manifiesto los conocimientos adquiridos durante la carrera de Comunicación y permitirá sentar las bases para otros estudios que surjan partiendo de la problemática aquí especificada.

MARCO TEÓRICO

Desarrollo de categorías conceptuales

En un mundo de múltiples formas de contenidos e información, el periodismo se ve obligado a manifestar nuevos desafíos y demandas. El reto es no perder sus valores tradicionales (veracidad, credibilidad, crítica y función social) con el nuevo y vertiginoso cambio del tejido tecnológico, las Redes Sociales y la universalidad de la noticia.

En este sentido, los profesionales de la comunicación no deben perder la esencia de ejercer un buen periodismo, que no es otra cosa que contar a la ciudadanía en general qué acontece, con una narración atractiva y coherente para mejorar su comprensión y reflexión de la noticia.

De igual forma, el periodismo debe seguir siendo visto como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que los periodistas comparten la responsabilidad de la información transmitida por los medios y son responsables del impacto en los distintos públicos.

Asimismo, se debe favorecer el acceso del público a la información y la participación del mismo en los medios, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta en toda ocasión.

Este nuevo periodismo es más exigente, existe un público ávido de información de calidad, profundidad y elementos multimedia.

Este es el caso de los periódicos digitales que convergen las nuevas características que surgen en el campo de la tecnología y la noticia.

Los periodistas de estos nuevos medios de comunicación digitales están en la obligación de capacitarse continuamente con habilidades técnicas y teóricas, para enfrentar los desafíos de las nuevas plataformas comunicaciones 1.0, 2.0, 3.0; que se distribuyen a través de dispositivos móviles, tabletas, teléfonos inteligentes, computadores portátiles, entre otros.

Esta tecnología también es utilizada para difundir y colocar en el espectro de la Red los contenidos e interactuar con los lectores para conocer sus nuevos intereses.

Estas herramientas y dispositivos convergentes no solo informan a los ciudadanos, sino que son un nuevo método que ayuda a gestionar su vida cotidiana con reportes continuos, que los impulsa a participar en la vida pública mediante Internet.

Desarrollo de categorías contextuales

El desarrollo de las categorías contextuales se centra en los objetivos de estudio: Diario El Comercio y la Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES)

Diario El Comercio

Diario El Comercio fue fundado en Quito, el 1 de enero de 1906, por Carlos y César Mantilla Jácome.

En su inicio se editó cuatro páginas de formato estándar, impreso en un taller servido por cinco tipógrafos, un armador de planos, un prensista que operaba una pequeña máquina manual y algunos ayudantes. El tiraje se limitó a 500 ejemplares.

A lo largo de sus 106 años de vida, este medio de comunicación ha sido testigo y protagonista de la historia ecuatoriana, permanente impulsor de realizaciones nacionales y parte de la democracia y las libertades públicas e individuales.

El Comercio ha intervenido en el convivir nacional como informador y moderador de la opinión pública y como vínculo de desarrollo del periodismo ecuatoriano gracias a la constante preparación de sus recursos humanos y a la incorporación permanente de nuevas tecnologías en las artes gráficas.

El diario se mantuvo a lo largo de estos años siempre a la vanguardia de los adelantos tecnológicos así como de las nuevas corrientes y tendencias periodísticas como esencia de su presencia y credibilidad.

A partir de 1996, se desarrolló www.elcomercio.com como un portal de soluciones de contenido multimedia, acordes con los nuevos requerimientos del exigente mercado del periodismo y la comunicación.

En la actualidad se caracteriza por tener actualización permanente de noticias, reportajes especiales, videos, fotografías, audios, blogs e interactividad al alcance de nuestras nuevas audiencias de la información.

Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES)

La Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES) es una empresa informativa pública que desarrolla materiales informativos multimedia con el objetivo de proporcionar información directa, fiable, exacta y profunda a usuarios y medios de comunicación nacionales e internacionales.

Los temas que tratan atañen al estado ecuatoriano en cuestiones políticas, sociales, económicas y culturales, y así representar debidamente la realidad del país.

Puesta al aire en diciembre del 2009 y bajo los lineamientos de la Secretaria Nacional de Comunicación del Ecuador (SECOM), ANDES entró en funcionamiento a través de la página electrónica www.andes.info.ec.

Su línea editorial dicta espacio a todos los actores políticos, sociales y económicos, sobre todo a aquellos que no tienen espacio en los otros medios de comunicación.

Actualmente depende de Ecuador TV y trabaja bajo un consejo editorial que regula el tratamiento de la información ajustándose a las exigencias del mercado y los nuevos valores de la comunicación.

La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo, con el objetivo conceptual de Analizar los conceptos de geolocalización, redes sociales, microblogging y periodismo digital, utilizando métodos histórico, descriptivo y analítico a través de las técnicas de recopilación bibliográfica y análisis crítico.

El objetivo contextual fue investigar el tipo de contenidos y su impacto en redes sociales de los medios de comunicación Diario El Comercio y la Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES), con la utilización del método histórico y analítico, haciendo uso de técnicas de recolección de datos estadísticos, recopilación bibliográfica y análisis crítico.

El objetivo operativo estuvo dirigido a diseñar un portal comunicacional en Internet, que fusione las mejores experiencias de los medios digitales privados y públicos, con adaptación a las nuevas tecnologías de información y su uso en redes sociales, se utilizaron métodos analítico, deductivo y etnográfico, haciéndose uso de técnicas tales como análisis crítico, observación no participante, entrevistas a profundidad y encuestas.

El primer capítulo denominado Teoría de la comunicación digital abarca aspectos como: la Teoría del Actor Red, De la imprenta a la plataforma Web, ¿Qué es periodismo digital?, Geolocalización y periodismo digital, Microblogging y periodismo digital, Redes sociales y periodismo digital , Perfil del periodista digital.

El segundo capítulo denominado Nuevas Tecnologías de la Comunicación: Periodismo Digital y Periodista Digital en Ecuador trata los siguientes temas: ¿Periodismo digital en Ecuador?, Perfil del periodista digital ecuatoriano, Estructuras de periodismo en Internet, Cómo escribir para la Web , Periodismo móvil, Periodismo, fuentes, veracidad y publicación.

Asimismo, toma a Diario El Comercio y Andes como unidades de Análisis desarrollando los siguientes temas: Diario El Comercio, La plataforma Digital de Diario El Comercio, Agencia de noticias de Ecuador y Sudamérica (ANDES), La plataforma Digital de ANDES, Tipos de contenidos publicados en Diario El Comercio y ANDES, Difusión de contenido de Diario El Comercio y ANDES en redes sociales, Aplicación de las nuevas tecnologías en Diario El Comercio y ANDES en redes sociales.

El tercer capítulo denominado Metodología, explica las Modalidades de la Investigación, Bibliográfica – documental, De campo, Niveles o Tipos de Investigación, Investigación exploratoria, Investigación Descriptiva, Población y Muestra, Técnicas investigativas, Encuesta realizada a los habitantes de Quito, Entrevista realizada a Susana Morán Coordinadora de Diario El Comercio online y Cristian Bermúdez Coordinador de la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES online, Análisis de los instrumentos aplicados.

Posteriormente, el capítulo detalla una serie de recomendaciones para crear un periodismo interactivo comprende los siguientes aspectos: Tipos de plataformas digitales para periodismo, Principales herramientas para el periodismo en Internet, Recomendaciones para los periódicos digitales interactivos del Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica ANDES, Interactividad selectiva

para Diario El Comercio la Agencia ANDES, Mejora de la interactividad comunicativa para Diario El Comercio la Agencia ANDES, Optimización de los recursos ya existentes en Diario El Comercio y la Agencia ANDES, Retos del periodismo digital interactivo de Diario el Comercio y la Agencia ANDES.

El cuarto capítulo denominado ejemplificación de medio y periodismo digital pone en evidencia el periodico digital denominado: La Mala Letra y contiene temas como: Plataforma digital La Mala Letra, Diseño, Estructura técnica, Contenido de La Mala Letra, Promoción de La Mala Letra.

Finalmente se realizan las conclusiones, recomendaciones y se adjuntan una serie de anexos.

CAPÍTULO I

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

El presente capítulo abordará la teoría del Actor Red, la evolución de los medios de comunicación desde la imprenta hasta la web, la definición del periodismo digital, la geolocalización y el periodismo digital, la relación existente entre el *microbloggin*, las redes sociales y el periodismo digital, para concluir con el perfil del periodista digital. En el capítulo se pretende dar a conocer un conjunto de elementos que permitan dar a conocer la importancia y vigencia del periodismo digital, así como su relación con los diferentes adelantos comunicacionales que permiten brindar una noticia de mayor calidad, veracidad y la forma en la que estas nuevas tecnologías de la información han transformado el perfil, actitud y quehacer de los comunicadores sociales.

1.1. Teoría del Actor Red

La teoría del Actor Red es la corriente sociológica creada por Bruno Latour y Michelle Callon en Francia en la década del 80 del siglo pasado. Utilizan una visión monista² y fundamentan la importancia de la tecnología en la explicación del mundo, ubicando a la red como un elemento coordinador entre sujetos y objetos.

Gonzalo Matías Correa (2012) en su libro “El concepto de mediación técnica en Bruno Latour” en la *Revista Sicología, Conocimiento y Sociedad* define a la teoría del actor – red como:

² El monismo es la postura filosófica que afirma que el universo está constituida por una sola sustancia primaria, existiendo dos tendencias, el monismo materialista que plantea la reducción de todo a la materia y el monismo idealista que afirma que el principio único es el espíritu.

Se denomina teoría del actor-red (TAR) a un conjunto de principios epistémicos y metodológicos así como a una serie de trabajos de campo emergentes de los estudios sobre ciencia, tecnología y sociedad, en ocasiones también denominada como sociología de la traducción o de las asociaciones (p. 7).

Lo anteriormente expuesto reafirma la estrecha relación existente e interdependencia entre la ciencia, tecnología y sociedad, así como los vínculos que se crean entre dichos elementos con la participación de actores humanos y materiales que interactúan entre sí y hacen posible de forma conjunta y coordinada nuevos descubrimientos y avances científicos – técnicos.

La teoría del Actor Red - también denominada por las siglas ANT (Actor-Network Theory), aborda un enfoque sociológico de la teoría social y de investigación; se caracteriza por considerar como actores tanto a personas, objetos y discursos, haciendo énfasis en el papel que juega la tecnología en la explicación del mundo.

Correa (2012) manifiesta:

Esta teoría puede definirse, de algún modo, como un movimiento intelectual que, inspirado por el postulado de heterogeneidad, elaboró una serie de herramientas conceptuales para desentrañar las complejas redes que constituyen la producción de la verdad científica, las relaciones inseparables entre tecnología y sociedad. (p. 3)

Lo planteado resalta el papel de las redes en la producción del conocimiento. Luego de haber observado y estudiado el trabajo de diversos científicos llegaron a la conclusión que la producción del conocimiento no es individual, sino que es necesario de un conjunto de factores humanos y materiales para lograr el descubrimiento y avance científico.

Se enfoca en las redes de conocimiento, haciéndose énfasis en el estudio y observación del actuar de los científicos, llegando a la conclusión que ningún descubrimiento o avance científico – técnico puede lograrse de forma individual, sino que se debe al trabajo y pensamiento de un conjunto de actores.

Una de las características que distingue a la teoría del Actor – Red está dada por no establecer una diferencia entre los elementos humanos y no humanos, identificándolos como actores necesarios para el desarrollo científico. Cabe señalar que la teoría está fuertemente influenciada por el informacionismo de Castells, logrando una mejor concepción de fenómenos tales como la sociedad de la información y el fenómeno de la globalización, vinculando a los mismos a las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y quedando de manifiesto los fuertes vínculos existentes entre la sociedad, internet y cultura tecnológica.

En la teoría del Actor – Red el término de actores se maneja en un sentido neutral dado que no se hace diferencia entre dichos elementos, se toma en consideración el principio de simetría planteado por el sociólogo francés Bruno Latour. Los actores se entrelazan y pasan a ser elementos heterogéneos a través de las redes de conocimiento las cuales redefinen y transforman los avances científico – técnicos.

La teoría del Actor Red resalta el impacto que poseen las redes de comunicación y tecnologías de la información en el desarrollo social, tanto desde el punto de vista individual como general; y desde el punto de vista cognitivo, el valor e importancia de las redes de conocimiento en internet.

Esta nueva teoría cambia y transforma los puntos de vista existentes en cuanto al orden lógico de lo humano y material. Su importancia y rol dentro de la búsqueda del conocimiento, “nos permite equilibrar el balance entre lo natural-social recolocando lo material y creando una nueva hibridación conceptual alejada de esencialismos culturalistas o materialistas” (Iñiguez, 2007: 50), quedando de manifiesto que la teoría

del Actor – Red es el vínculo que entrelaza y unifica lo humano con lo material, con el objetivo de alcanzar una fase superior en la búsqueda del conocimiento.

Resalta la estrecha vinculación existente entre personas y objetos en la búsqueda de conocimiento, haciéndose evidente la estrecha relación entre objetos y personas, a los cuales cataloga por igual. La teoría del actor – red transforma de forma radical los puntos de vista existentes actualmente, brindando nuevos horizontes de pensamiento y formas de comprender al mundo desde un punto de vista de sociedades virtuales, capaces de interpretar y comprender fenómenos como la identidad, comunidad, generaciones, interacciones, tiempo y espacio, entre otras.

Se puede afirmar que la teoría del Actor – Red ha transformado el proceso de cognición debido a que el mismo actualmente no se puede definir como un proceso interno, sino un proceso de cognición distribuida y que abarca a todos los objetos, instrumentos y personas implicadas en el mismo.

1.2. De la imprenta a la plataforma Web

La comunicación social es definida como una necesidad y rasgo distintivo del ser humano, es el elemento primordial para establecer relaciones interpersonales, para difundir conocimientos, noticias, sentimientos y posturas. La comunicación es la expresión del sentir humano, es el fundamento de la formación social y la oportunidad de exponer y compartir conocimientos, ideas o sentimientos humanos. Se debe tomar en cuenta que la expresión es una característica inalienable del ser humano, es una necesidad objetiva.

La comunicación social es el elemento que permite al ser humano expresarse y establecer expresiones a través de las cuales se logre la aproximación o alejamiento de otros seres humanos tomando en cuenta que el ser humano es un ser social, siendo la comunicación una de sus necesidades vitales para lograr un óptimo desempeño en la sociedad.

“El ser del hombre se hace patente de manera directa e inequívoca en la comunicación social” (Cervera, 2004: 53). Es evidente que el ser humano ha logrado plasmar sus sentimientos y emotividad en sus formas de comunicación social, siendo este un rasgo distintivo único del género humano que lo diferencia del resto de animales que habitan el planeta tierra. La comunicación es una acción directa, inmediata en la que está involucrada la persona responsable de la realización de la misma, siendo el objetivo expresar a través de palabras un sentimiento, idea, motivación u otros elementos sobre la persona que la ejecuta u otras personas, objetos o elementos que rodean al individuo e interactúan con él.

La comunicación es una necesidad, obligación y condición necesaria e imprescindible para la existencia del ser humano. Algunos filósofos han calificado a la comunicación como el arte de convencer e informar destacando la infinita facultad que posee el ser humano en crear métodos o maneras de comunicación.

La comunicación es la consecuencia del desarrollo humano, es la necesidad de plasmar sentimientos, ideas y conocimientos, para transmitirlos a las futuras generaciones. La comunicación ha evolucionado a lo largo y ancho de la humanidad, transformándose pero manteniendo su objetivo principal. Establecer un vínculo de entendimiento y comprensión entre los seres humanos.

De acuerdo con Briggs y Burke (2002) en su libro *“De Gutenberg a la internet”* señalan:

Es necesario considerar los medios como un sistema en constante cambio, donde diversos elementos desempeñan papeles más o menos importantes. Las estrategias de comunicación necesitan estar siempre en coherencia con el contexto en el que operan (quien dice, que dice, a quien se lo dice, porque canal y con qué consecuencias de laswell) (p.12)

La cita anterior pone de manifiesto la importancia de los medios de comunicación, debido al efecto que producen en las masas, transformando la opinión pública y dirigiéndola a tendencias ideológicas que favorezcan a unas clases sobre otras.

La comunicación ha evolucionado desde sus inicios, los cuales se remontan a la aldea tribal, existía una comunicación puramente verbal, aunque es de destacar que ciertas formas de comunicación utilizaron el arte para plasmar ideas, sentimientos y conocimientos, destacándose el arte rupestre, que ha permitido conocer las formas de vida de los antepasados.

“El Museo de la comunicación” en su página web (2012) explica:

Durante centenares de miles de años, los hombres confiaron a la palabra oral todas sus necesidades de comunicarse.

En la aldea tribal la única posibilidad de transmitir experiencias y acumularlas era haciéndolo en un espacio limitado que estaba determinado por la memoria del pequeño grupo, de la aldea... aún ni la posibilidad de documentar la historia, ni las escuelas, ni la burocracia.

En estas etapas primarias de la evolución humana, el conocimiento se confiaba a la transmisión verbal, por lo que con el paso del tiempo el conocimiento era transformado de tal forma que en muchas ocasiones se perdía el núcleo e ideas iniciales del mismo, siendo necesaria la aparición de la escritura para lograr una mayor fidelidad en la transmisión del conocimiento.

La Edad Media fue una etapa de transición en la que como consecuencia del desarrollo y acelerada actividad económica propició la transferencia de conocimientos desde diversas partes del mundo, es la imprenta de Gutenberg el resultado de dichas transformaciones. La creación de la imprenta propició la masificación del conocimiento, el cual era patrimonio exclusivo en la antigüedad de la nobleza y clases pudientes.

Johannes Gutenberg (2004) afirma:

La imprenta provocó una verdadera revolución en la cultura. El saber escrito dejó de ser patrimonio de una élite y se extendió a amplias capas de la población. La escritura fue sustituyendo a la tradición oral como forma privilegiada para transmitir conocimientos, a la par que las publicaciones impresas, como libros o periódicos, se generalizaron

La imprenta también propicia la aparición de gacetas y periódicos que pudieron ser adquiridos a módicos precios y no solamente pudiendo mantener informada a la población en sus inicios sobre noticias regionales y posteriormente nacionales, además de ser un medio de educación y concientización en aspectos cívicos, éticos y nacionales.

La imprenta jugó un papel de vital importancia en el desarrollo económico, político y social del continente europeo y americano hasta el siglo XX, el único medio de comunicación fiable capaz de llegar a la opinión pública y transmitir los eventos, ideas y tendencias de su época. Los nuevos medios de comunicación debutaron a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, son de destacar el telégrafo, la radio, la televisión, entre otros, los cuales a pesar de su novedad no lograron desplazar a la imprenta como principal medio de difusión de noticias a nivel mundial.

La comunicación ha jugado un rol de vital importancia en las diferentes conflagraciones en los eventos políticos y sociales que han sucedido en las diferentes etapas de la historia de la humanidad. Se transformó en una nueva arma a través de la cual se logró la fe y la confianza del pueblo en las políticas y objetivos trazados por sus gobiernos.

Cevera (2004) explica que la Revolución Socialista Soviética Rusa de 1917 crea la comunicación social como arma ideológica a través de la cual adoctrinar, dirigir y guiar al pueblo en su política de lograr una revolución mundial que transformara la sociedad en un paraíso de proletarios en el cual los parásitos burgueses no podían coexistir con el pueblo trabajador.

Cevera explica también que la Primera Guerra Mundial fue el campo de desarrollo de una comunicación nacionalista, guerrerista e intolerante que apoyó la masacre mundial buscando la fe en la victoria de los pueblos que intervinieron en la contienda, se destacaron principalmente los medios de comunicación ingleses que lograron elevados niveles de audiencia a lo largo y ancho del vasto imperio inglés que en la época dominaba las tres cuartas partes del mundo.

La Segunda Guerra Mundial se caracterizó por el perfeccionamiento de los métodos utilizados en la comunicación social para crear en la opinión pública idearios, pensamientos y actitudes que justificaran las acciones que se llevarían a cabo durante la contienda, los nazis aprovecharon un sentimiento antisemita pre existente en las sociedades europeas y vincularon el mismo con la ideología comunista, logrando que muchos pueblos europeos gracias a esta propaganda de odio se convencieran de la superioridad de sus razas y la inferioridad de aquellos que el sistema calificaba como indeseables.

Por su parte las democracias occidentales y los comunistas satanizaron y convirtieron monstruos sin rasgos de humanidad a los nazis, encontrándose ambas ideologías en un momento de antagonismo que fue saldado con más de treinta millones de muertos, la destrucción de países y culturas. Siendo la gran ganadora en estos eventos la

comunicación social o los medios, particularmente la radio, que alcanzó niveles de audiencia nunca antes visto y una importancia en la difusión y manipulación de noticias utilizadas hasta la actualidad.

Thomas Fernández, García Agustín (2010), en su libro “*Medios de comunicación, sociedad y educación*” explican:

El telégrafo es un dispositivo destinado a la transmisión de señales a distancia que aparece hacia 1832. Al principio no existía ningún código para comunicarse hasta que morse creó un alfabeto basado en la amplitud de las señale: señal corta es un punto (.), señal larga es una raya (-). (p. 79)

El telégrafo permitió activar el comercio mundial, revolucionar el conocimiento, agilizar transacciones internacionales y sobre todo, hacer de la prensa el gigante económico que es actualmente. Su primer uso periodístico de importancia data del año 1844, año en el que Samuel Morse logró comunicación entre las ciudades de Baltimore y Washington, con el objetivo de elegir al presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, inventando el código Morse que aún se utiliza.

La aparición del telégrafo y su masificación a partir del siglo XIX permitió la difusión de información y noticias casi de forma instantánea, agilizando las relaciones comerciales, así como relaciones internacionales; el telégrafo fue uno de los elementos que revolucionó la prensa, permitiendo una mayor difusión de la información transformando en accesible a todos sin importar su ubicación geográfica.

Posteriormente al éxito del telégrafo, los científicos se plantearon la necesidad de lograr establecer una comunicación sin necesidad de cables, apareciendo primero la telegrafía inalámbrica y posteriormente la radio. En 1896 Guillermo Marconi logró transmitir señales radiales con éxito, siendo en 1906 cuando se logra transmitir la voz humana con total perfección.

La radio fue el medio masivo a través del cual se difundieron ideas políticas y mensajes a las diferentes naciones, nace de esta forma las primeras cadenas nacionales; también captó el interés comercial, debido a que la radio lograba mantener la atención de dicho público alternando dichos anuncios con música y programas de entretenimiento.

Antonio Vergara (2009), en su artículo *“Nuevas tecnologías y su impacto en la educación del futuro”*, cita a Romero Gil, quien indica:

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos (p. 24)

La radio se incorporó a los diferentes avances científicos de la época en la aviación, navegación, ejército y servicios públicos, su característica principal brindó a la sociedad de la época nuevas oportunidades de diversión y uso del tiempo libre.

La importancia de la radio y su alcance se puso de manifiesto en 1938 al ser transmitida la Guerra de los Mundos por H. G. Wells, el cual provocó la alarma general en los Estados Unidos al convencer al país que eran invadidos, fue en ese momento cuando se tomó verdadera conciencia del alcance, importancia y magnitud de la radio como medio de comunicación.

Sistemas totalitaristas como el comunista de la Unión Soviética desde sus inicios comprendió el alcance e importancia de la radio y la utilizó como arma ideológica de forma tal que solamente existían radios estatales en el vasto imperio soviético, las cuales transmitían una programación aprobada por el comité central del partido en el que se exaltaba el nacionalismo y se censuraba cualquier filtración de expresiones o cultura extranjera no soviética.

La importancia de la radio se manifestó en 1994 en Ruanda cuando se lleva a cabo un genocidio de la población perteneciente a la etnia TUTSI por parte de la etnia Hutu los cuales alcanzaron el poder político del país en el año 1994 y fueron convocados a través de la radio nacional a “castigar y destruir a las cucarachas Tutsi”, las cuales habían apoyado al gobierno colonial Belga y como consecuencia habían alcanzado un nivel económico superior.

La radio jugó en todo momento un papel de vital importancia en la muerte de más de un millón de personas siendo condenados varios comunicadores sociales como incitadores al odio y la violencia racial, destacándose el periodista Bernard. H., como uno de los principales incitadores al genocidio y odio social.

Se puede evidenciar que actualmente la radio es uno de los medios de comunicación de mayor importancia y más aún al ser la misma uno de los medios que aprovechó las nuevas tecnologías tales como el internet para ampliar el número de seguidores. En 1884 Pablo Nipkow crea el primer sistema de televisión, realizándose las primeras emisiones experimentales en la década del 30 del siglo pasado, las cuales fueron interrumpidas como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

Luis Eurasquin y Miguel Vázquez. (1988) en su libro “*Los teleniños*” manifiesta:

El mago de la cara de vidrio como le llama el escritor Eduardo Liendo, a este aparato que sirve para lo bueno y para lo no tan bueno, siempre en función del uso que el hombre le dé, vino a sellar la verdad hoy tan mentada de que vivimos tiempos de imagen, tiempos de medios, tiempos de instantaneidad avasallante, más o menos representados en el televisor... (p. 198)

En la década del 50 del siglo pasado se masificó el uso de la televisión en Europa y Estados Unidos con la utilización de los últimos avances de la ciencia y la técnica, los cuales permiten una mejor imagen, apareciendo en la década del 70 las señales digitales que permitieron una mayor difusión y mejor utilización de la misma.

La televisión ha jugado un papel de vital importancia en la difusión de eventos y noticias, de ellos en forma directa, Su importancia y repercusión en la sociedad quedó de manifiesto durante la Guerra de Vietnam, donde al transmitirse imágenes directas del conflicto bélico, el efecto fue tal que a pesar de haber logrado Estados Unidos el éxito desde el punto de vista militar tuvo que abandonar la contienda por la falta de apoyo popular. El presidente de los Estados Unidos Jimmy Carter afirmó que de haberse transmitido tales imágenes en la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos nunca hubiera podido derrotar al imperio japonés.

La televisión logró una masificación en América y Europa en la década del 60 y 70 permitiendo acceder a toda la población sin importar su nivel cultural a programas deportivos, infantiles, culturales, entre otros; series, películas, noticieros, elementos que ampliaron el conocimiento nacional, manipularon y transformaron la opinión pública y crearon los elementos de antesala del fenómeno de la globalización de la cultura mundial.

Fue y es la televisión el medio de comunicación a través del cual se han logrado el mayor acceso a la noticia e información debido a las grandes facilidades que brinda este medio, a lo atractivo de su formato y por otra parte a que no es necesario disponer de mucho tiempo para adquirir información u otros conocimientos.

La televisión se perfila para un futuro cercano como uno de los medios de comunicación de mayor aceptación a nivel mundial, destacándose que la misma se ha adaptado a las nuevas tecnologías haciendo uso del internet y mejorando su formato e imágenes con el objetivo de brindar a los televidentes una imagen e información superior.

La televisión ha cubierto desde la década del 70 los conflictos bélicos más importantes tales como la Guerra de *Yomkippur*, la Guerra de Los Balcanes, la Guerra del Golfo Pérsico, así como la caída del muro de Berlín del Imperio Soviético y el nacimiento de la democracia en Europa del Este, el atentado del 11 de Septiembre del 2001 a Estados Unidos y la primavera árabe, eventos que transformaron al mundo desde el punto de vista geográfico, económico, político y social.

Actualmente la televisión como medio de comunicación juega un papel de vital importancia en todos los ámbitos de la sociedad a nivel global, siendo el medio a través del cual se transmiten de forma continua los cambios y transformaciones que afectan al mundo moderno, y siendo a su vez el punto de referencia de gobiernos y organizaciones mundiales en la toma de decisiones desde el punto de vista político y económico.

La década de los 80 del siglo XX se caracterizó por la aparición de nuevas tecnologías, las cuales serían la base del internet; este nuevo medio de comunicación y difusión de ideas y elementos vinculados a la vida cotidiana del ser humano transformó los medios de comunicación, apareciendo las primeras plataformas web o sistemas que permitían el funcionamiento de diversos módulos de hardware o software, así como la creación y gestión de cursos en la web, sin necesidad de poseer amplios conocimientos en programación o diseño gráfico, lo que hizo del internet un medio de comunicación masivo.

Diego Sánchez (2012), afirma:

La invención de la Internet, a finales del siglo pasado, marcó definitivamente un hito en la historia de las telecomunicaciones en el mundo. La Red revolucionó por completo la dinámica de los medios de información masiva al aparecer en el espectro uno nuevo que, en la práctica, conjuga las ventajas de la televisión, la radio y la prensa tradicionales. (p.4)

A pesar de la fuerte influencia de las plataformas web en la actualidad aún la imprenta mantiene una completa vigencia e importancia en los medios de comunicación, aprovechando las ventajas del uso de las nuevas tecnologías aparece la imprenta digital, la cual sobresale por sus ventajas en aspectos tales como: tiempo, costos y posibilidades de impresión, de forma tal que actualmente la imprenta electrónica es la respuesta a la creciente demanda de información y entretenimiento.

La comunicación social en el mundo actual, globalizado por excelencia y sometido a constantes cambios y transformaciones tecnológicas necesita para lograr la ruptura de paradigmas y la creación de una conciencia social acorde a las condiciones económicas, políticas, culturales y sociales del momento necesita ser más de pueblo, más de cultura, de forma tal que se logre una visión reflexiva y crítica sin ningún tipo de ataduras o prebendas que hagan de la comunicación social, no un medio comunicativo sino un medio para controlar y subyugar a las masas.

Por otra parte debe señalarse que la comunicación social cada día crea una mayor interdependencia y relación de las herramientas tecnológicas, elemento de gran trascendencia e importancia en la difusión de valores tales como la convivencia, tolerancia, libertad, espíritu democrático y responsabilidad social. Elementos que pueden ser magnificados o disminuidos por la actuación del comunicador social.

Como consecuencia de la creciente e innegable influencia de los medios de comunicación el comunicador social pasa a ser una figura que interviene directamente en las transformaciones sociales a través de la crítica y el análisis de los diferentes eventos que ocurren en la actualidad, los cuales transmiten valores de democracia,

libertad y dignidad humana o al contrario transformarse en un comunicador del odio, la intolerancia y el inconformismo social.

1.3. ¿Qué es periodismo digital?

Quim Gil considera que “el verdadero periodismo digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional. Eso quiere decir que es mucho más que trasladar contenidos de la prensa escrita a la Red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla” (Sánchez, 2012: 5)

El periodismo digital es la nueva tendencia de transmitir información y divulgar la misma a través del internet, herramienta que ha posibilitado un espacio nuevo para la producción y difusión de contenidos periodísticos, siendo la última década del siglo XX el principio del desarrollo de este tipo de periodismo que cada día gana más interés e importancia a nivel mundial.

El uso del internet en sus inicios se limitaba al uso militar y científico, pero su crecimiento y desarrollo así como masificación permitió que la radio, la televisión y el periodismo utilizaran dicha plataforma para captar la atención del público, de ahí los inicios del periodismo digital, el cual puede ser traducido como la creación de información con el uso del internet.

Entre las ventajas a destacar del periodismo digital deben mencionarse la capacidad del periodista de interactuar con sus lectores de una manera casi instantánea, pudiéndose crear foros enfocados en la noticia, en los cuales la información puede ser debatida de forma libre y espontánea, de ahí la aparición de nuevas formas de periodismo tales como los blogs.

La primera década del presente siglo se caracterizó por el desarrollo y revolución de las redes sociales, las cuales utilizaron el formato digital con el objetivo de hacer periodismo de forma tal que actualmente es innegable el papel e importancia del periodismo digital en el ciberespacio.

José Luis Martínez (2009) afirma en su obra periodismo digital que:

El periodismo digital rompe con la linealidad y permite la retroalimentación y la participación de los lectores, no estamos hablando de otra cosa que no sea comunicación, pues bien sabido es que para que el proceso se cumpla a cabalidad es necesaria la respuesta del perceptor. Y no puede existir periodismo sin comunicación, donde no hay la una no existe el otro (p. 12)

El periodismo digital transformó la imagen del periodismo tradicional, el cual debía ser impreso y distribuido por pueblos y ciudades; en su lugar el periodismo digital se elabora en el internet, llega de forma inmediata al lector y la mayoría de las personas pueden acceder al mismo de forma gratuita.

El periodismo digital permite la emisión de noticias de forma instantánea a diferencia del periodismo tradicional, el cual, solo es capaz de editar una vez al día o en casos extraordinarios de elaborar folletos de última hora; por otra parte el periodismo digital puede detallar en mayor medida la noticia al hacer uso de otros elementos además de la fotografía tales como imágenes, videos y audio.

Una de las grandes limitaciones del periodismo tradicional está dada porque la publicidad no se implementa conjuntamente con la noticia a diferencia del periodismo digital en el cual la publicidad puede encontrarse al margen de un artículo periodístico o en forma de audio y video. No afectan ni interrumpen el contenido periodístico pudiéndose recibir la publicidad de forma alterna a la información digital.

“El periodismo digital plantea un nuevo enfoque en la labor periodística: el trabajo en equipo” (Fernández L. , 2011: 38). El desarrollo del periodismo digital ha hecho posible que el trabajo periodístico pueda llevarse a cabo en cualquier momento y lugar del mundo, es el único requerimiento para la realización del mismo que el comunicador social posea un ordenador y conexión a internet, siendo esta una gran diferencia con el periodismo tradicional, el cual necesita de la existencia de una sala de redacción y otros medios para poder elaborar la noticia.

El periodismo digital ha tenido una gran repercusión sobre otros medios de difusión de la noticia, tales como la televisión, periódicos, revistas, entre otros. Debido al creciente acceso al internet y sus ventajas por parte de la población mundial, así como su facilidad de adaptación a las necesidades de los lectores, es de destacar que en la última década este acceso se ha potencializado como consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías tales como smartphone y tablet.

Un aspecto importante a destacar del periodismo tradicional está dado porque el mismo permite un mayor grado de concentración en la noticia a diferencia del periodismo digital, el cual al ofertar una gran cantidad de información hace difícil que el lector pueda focalizarse en un único tema; por otra parte el periodismo digital puede ser realizado por un personal no calificado y poco fiable es decir cualquier persona que tenga acceso al internet puede difundir noticias verdaderas o crear noticias falsas, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales los cuales redactan la noticia a través de fuentes de información fiables y calificadas.

Como consecuencia de las ventajas y desventajas del periodismo digital y tradicional, es imposible plantear que uno de dichos medios pueda sustituir al otro, existiendo la

tendencia actual de una fusión y complementación de ambos, con el objetivo de hacer uso de los mejores aspectos de cada uno para lograr una información inmediata, fiable y participativa; ejemplo del mismo puede ser observado en espacios digitales y televisivos de cadenas informativas como *CNN*, *BBC*, y *Aljazeera*, las cuales cuentan con noticieros en el *ciberespacio*.

La relación entre la teoría del Actor Red y el periodismo digital se pone de manifiesto en el cumplimiento de los paradigmas y postulados de dicha teoría la cual resalta y valora la importancia de los elementos físicos y humanos, evidenciándose que sin la existencia del internet, las computadoras y diversos elementos que hacen posible el uso de este medio de comunicación el ser humano sería incapaz de poder plasmar sus conocimientos, existiendo por lo tanto una interdependencia y estrecha comunicación que facilita el trabajo del comunicador social.

Por otra parte es innegable el vínculo estrecho existente entre la sociedad, la comunicación y la nueva cultura tecnológica, la influencia que cada uno de estos elementos ejerce sobre los otros y el desarrollo de la comunicación como consecuencia directa de tales cambios y transformaciones, propiciando a su vez el desarrollo social.

Todos estos elementos están plasmados en la teoría del Actor Red, señalándose por último que a pesar de ser el periodismo digital una modalidad de la comunicación que puede ser desarrollada por un solo individuo existe la intervención de otras personas encargadas del mantenimiento, establecimiento y cuidado del internet. De ahí se desprende otro de los postulados de la teoría del Actor Red de acuerdo a lo expresado por Luis Fernández en su texto “Desafíos del periodismo digital”, quien plantea que

toda creación de conocimiento e información no puede ser considerada un acto individual sino como un acto colectivo.

1.4. Geolocalización y periodismo digital

La geolocalización es una aplicación del periodismo digital. Este planteamiento puede ser respaldado por el hecho de que la inmensa mayoría de las noticias divulgadas en internet hacen referencia al lugar geográfico, zona o región en la cual sucede la noticia.

La Geolocalización hace referencia a la localización de un objeto, ciudad, región e inclusive individuos dentro de un sistema de coordenadas determinados.

“Es un conjunto de técnicas que permiten analizar la realidad económico-social desde un punto de vista geográfico, a través de instrumentos cartográficos y herramientas de la estadística espacial” (Martínez, 2009:103) La geolocalización es una aplicación del internet conjugada con hardware y software que brindan datos geográficos con el objetivo de almacenar, manipular y analizar de forma clara y explícita la noticia, brindando un mayor horizonte de conocimientos al lector el cual puede relacionar la noticia con el lugar exacto en el cual suceden.

Actualmente el periodismo digital se ha visto ampliamente favorecido por la aplicación de geolocalización, que presenta nuevos avances tecnológicos tales como teléfonos móviles y *tablets*, los cuales cuentan en su inmensa mayoría con *Gps* que permiten al periodista transmitir la noticia desde el lugar donde ocurre la noticia y al mismo tiempo brindar con exactitud información sobre la ubicación geográfica de la misma.

Existen varias aplicaciones en la *web*, tales como *google earth*, que es un programa informático similar al *gps* a través del cual el periodismo digital puede relacionar la noticia con la ubicación geográfica, la misma ocurre de forma que el lector pueda

ampliar el conocimiento y comprensión sin dejar de enfocarse en el hecho noticioso, siendo la aplicación una de las ventajas que marca la diferencia entre el periodismo tradicional y el periodismo digital.

La geolocalización dentro del desarrollo del periodismo digital se ha masificado en los últimos años, debido a las ventajas y horizontes que abre su uso como herramienta para brindar una noticia más amplia y exacta que posea un mayor impacto en los lectores y, por ende, permita una mayor comprensión de la misma.

Gerson Beltrán (2013), en su libro *“Geolocalización y Redes Sociales: un mundo social, local y móvil”* afirma:

Este concepto hace referencia a las nuevas formas de relación social que surgen gracias a la geolocalización de los individuos con sus móviles y que pueden desarrollarse mediante herramientas como Foursquare o Gowalla (p. 76)

La geolocalización ha demostrado su valor periodístico y estratégico. El periodismo digital hace uso de la misma para transmitir la noticia desde y donde sucede el hecho noticioso, con el objetivo de captar la atención de los lectores que utilizan las plataformas informáticas. Una de las aplicaciones más importantes de la geolocalización en el periodismo digital está dada porque permite conocer la noticia de forma inmediata así como el lugar donde sucede, manteniendo informados a los lectores que habitan cerca al lugar del hecho, de forma tal que no solamente se logra informar sino también advertir a los mismos ante posibles afectaciones.

Se debe señalar que la sociedad actual no teme a la comunicación, sino que desea profundizar en la información, conocimientos y principalmente conocer el lugar donde ocurre el hecho noticioso, siendo la geolocalización el complemento del periodismo

digital ya que permite la completa satisfacción a las exigencias de los lectores actuales, tal como lo indica José Luis Martínez en su libro periodismo digital.

El periodismo digital brinda informaciones a través de las cuales permite al lector programar sus actividades y seleccionar sitios para visitar y conocer, siendo la geolocalización la herramienta que permite ubicar geográficamente dichos intereses. El periodismo digital ha ampliado los horizontes informativos al divulgar la noticia de forma instantánea y con el uso de la geolocalización señalar la posición exacta en la que el mismo ocurre, todo esto con el uso de las plataformas virtuales que brinda la web para lograr una información actual y focalizada.

Rafael Cueva (2011) manifiesta claramente que:

Las posibilidades de geolocalización ofrecidas por los smartphones tienen un rol muy importante en los contenidos publicados en los medios sociales. Si quieres contar algo que ha pasado por la mañana, no hace falta publicar a las 20h0, cuando llegues a casa al fin del día. Para los medios sociales, informaciones con demasiado retraso no sirven

Las actuales campañas políticas y elecciones llevadas a cabo son seguidas de cerca por el periodismo digital, el cual se sirve de la geolocalización para lograr conocer la situación política de las diferentes regiones de los países, en los cuales dichos hechos acontecen logrando de esta forma mantener informado al público sobre las diferentes actividades políticas y lugares en los cuales se llevarán a cabo.

También es de destacar que desde el punto de vista de las artes y el mundo del espectáculo, el periodismo digital logra con el uso de la geolocalización un mayor grado de información y conocimiento para los lectores, los cuales de forma inmediata pueden conocer los lugares en los que se llevarán a cabo dichos espectáculos.

La geolocalización es una aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, es un elemento que permite al comunicador establecer con exactitud el lugar en el cual ocurre la noticia y correlacionar la misma con las características y particularidades en la región en la cual suceden los eventos.

1.5. Microblogging y periodismo digital

El *Microblogging* también denominado *nanoblogging* es la aplicación de internet a través de la cual pueden enviarse y publicarse de forma inmediata breves mensajes, existiendo un sinnúmero de opciones para lograr el envío rápido y eficiente de los mensajes, los cuales cumplen con diferentes características en dependencia del sitio web, u otras aplicaciones, tales como sms, mensajería instantánea y diversas aplicaciones.

Fernández & Agustin, (2010) manifiestan:

Microblogging es una forma de comunicación o sistema de publicación que consiste en el envío de mensajes cortos de texto (longitud máxima de 140 caracteres) a través de herramientas creadas para esta función. Su finalidad es explicar qué se está haciendo en un determinado momento, compartir información con otros usuarios u ofrecer enlaces hacia otras páginas web. (p.112)

Para el periodismo digital, el *Microblogging* es una herramienta de vital importancia debido a que permite la difusión de noticias de forma instantánea, sencilla y sintetizada, dado que el límite de caracteres en esta aplicación se reduce a 140 caracteres.

Es muy popular principalmente en las nuevas generaciones, las cuales tienen la tendencia de intercambiar comentarios y noticias breves pero de forma constante, siendo esta aplicación en la actualidad uno de los medios de mayor difusión a través de los cuales se establecen relaciones interpersonales.

Para el periodista digital, el *Microblogging* es el medio a través del cual sus lectores mantienen una constante relación e intercambio con el mismo, criticando y opinando los artículos expuestos en la web, de forma tal que se establece una relación de retroalimentación que enriquece y amplía la noticia.

Inicialmente el *Microblogging* fue concedido como una aplicación del internet banal y carente de valor periodístico. Al respecto los hechos han demostrado el valor y la importancia desde el punto de vista periodístico de la aplicación debido a que el mismo permite a los comunicadores sociales intercambiar noticias, hechos y eventos de forma inmediata así como crear un espacio para el debate y la opinión de la noticia.

Adelaida Rueda (2012) en su obra denominada “*Flores a la tecnología comunicacional*” afirma:

Definir si un tweet es periodismo carece de sentido si lo consideramos de forma atómica, para poder considerar los tweets como periodismo es preciso comprender el concepto de ambientjournalism y entender Twitter como un sistema mediático donde el conjunto de los tweets es mucho más que la suma de los tweets individuales (p. 139)

Dentro de los *microbloggings* actuales se destaca el *twitter*, llegando a convertirse el mismo en uno de los principales servicios del internet, desarrollándose en los últimos años nuevas aplicaciones las cuales no se limitan solamente al texto, sino que también poseen contenido fotográfico y de multimedia, situación que hace de esta aplicación una de las herramientas de la *web* con mayor tendencia al crecimiento y desarrollo.

Las ventajas del *microblogging* son innumerables, las mismas van desde los mensajes privados, anuncios, promociones, relaciones sociales y búsquedas; el *microblogging* actualmente considerado como la amalgama perfecta entre el *chat*, *foros*, *blog* y *messenger*.

Las posibilidades que abre el *Microblogging* al periodismo digital son infinitas. El mismo sintetiza la noticia, permitiendo dar a conocer los aspectos más relevantes de las mismas en un mundo en el que el tiempo cada día es un elemento más limitado.

Otras ventajas de esta aplicación, además de la síntesis, son el ahorro de tiempo y la inmediatez, situación que ha propiciado que el *Microblogging* sea una aplicación de obligada presencia y referencia en todos los descubrimientos y aplicaciones tecnológicas tales como celulares y tablets.

Beltrán, (2013) explica que el *Microblogging* se ha desarrollado y crecido en un tiempo récord, llegando a convertirse en un fenómeno masivo que cuenta actualmente con más de 200 millones de usuarios; es el medio de comunicación periodística virtual de mayor utilización y aceptación, tomándose en cuenta la ventaja que el mismo puede ser revisado desde smartphone a tablets, sin necesidad del uso del ordenador.

Los *microbloggings* hacen posible que los lectores estén constantemente conectados con la noticia, de forma tal que el periodismo virtual debe en gran medida su desarrollo y difusión a esta aplicación. Debe destacarse que el *Microblogging* es una herramienta que puede ser utilizada por todos, por lo que su valor periodístico no puede ser cien por ciento fiable. Los *microbloggings* hacen posible que los lectores sigan de forma permanente noticias y periodistas de su interés, creando un ambiente de colaboración y entendimiento con el periodismo virtual, al cual enriquece de forma constante a través de esta herramienta.

En el *Microblogging* se pone de manifiesto lo planteado en la teoría del Actor Red, la cual brinda la misma importancia a los elementos físicos y humanos debido a que solamente a través de la inter relación existente entre los mismos se logran avances. Por

otra parte se evidencia el estrecho vínculo existente entre la sociedad moderna, la comunicación y la cultura tecnológica, la cual ha pasado a ser un elemento cotidiano y de obligado uso en el quehacer cotidiano.

1.6.Redes sociales y periodismo digital

Las redes sociales pueden ser definidas como las estructuras formadas por personas o entidades conectadas a través de un interés común a dichos elementos. En la actualidad las redes sociales más utilizadas son *Facebook* y *Twitter*.

De acuerdo a lo estipulado por Rafael Cueva, “los medios sociales se convirtieron en una parte esencial de la rutina diaria de millones de personas y cada día ganan la adhesión de nuevos usuarios. En el año 2008, los medios sociales se convirtieron en la actividad número 1 en la Internet, plaza antes ocupada por el consumo de páginas de contenido porno” (Cueva, 2011: 91)

Las redes sociales en la actualidad han pasado a jugar un rol preponderante debido a que son vehículos a través de los cuales fluye la información y el conocimiento, las redes sociales han posibilitado que las noticias sean difundidas con extrema rapidez a lo largo y ancho del mundo.

Una característica esencial de las redes sociales está dada porque no solamente permite que se difunda la noticia con rapidez de forma casi instantánea, sino que también permite el debate, la discusión e interacción con los periodistas y las personas que siguen la noticia. El fenómeno de las redes sociales ha sido estudiado a profundidad por diferentes antropólogos, entre los que destacan los antropólogos británicos Alfred

Brown y Jhon Barnes, quienes afirman que las redes sociales han transformado las costumbres, ideas y criterios de las generaciones actuales.

El periodismo es uno de los elementos que se ha visto favorecido con la creación y desarrollo de las redes sociales debido a que el mismo puede nutrirse de las informaciones que circulan en dichas redes pero debe tomarse en cuenta que toda la información que circula en las redes sociales no tiene por qué ser totalmente verídica.

Adelaida Rueda (2012) explica:

La comprensión de la estructura de las redes sociales es esencial para la comprensión de la apropiación de Internet como herramienta de organización social y de organización contemporánea. Entender el concepto de red social es fundamental para comprender los nuevos valores construidos, los flujos de información y los movimientos en el ciberespacio

La información fluye con rapidez a través de las redes sociales, de forma tal que la mayoría de las noticias pueden ser dadas a conocer a través de las mismas antes de llegar a ser publicadas por la prensa, pero se debe considerar que toda persona puede informar, opinar y emitir criterios en las redes sociales, inclusive si la misma no es un profesional de la información.

Una de las características por las cuales se distinguen las redes sociales están dadas por el uso de un lenguaje sencillo y ameno, el cual posibilita que todas las personas sin importar su estrato social o nivel cultural puedan acceder a la información, pero una vez queda de manifiesto la inexistencia del rigor y nivel periodístico necesario para dar validez a la información.

Los periodistas a lo largo y ancho del mundo, en especial en las zonas en conflicto o en países bajo regímenes autoritarios, hacen uso cotidiano de las redes sociales con el objetivo de difundir la información de forma rápida y que difícilmente puede ser

censurada, de aquí se desprende que las redes sociales se han transformado en la primera herramienta para hacer periodismo.

Por otra parte es de destacar que las redes sociales actúan como elementos globalizadores al difundir a través de las mismas costumbres, tradiciones, ideas, gustos, modas y otros elementos que tienden a transformarse en clichés de uso y consideración mundial, quedando de manifiesto que las redes sociales son en la actualidad el primer medio de comunicación e intercambio de la sociedad.

Existen un sin número de redes sociales con diferentes objetivos e intereses, pero un elemento común para todas en el intercambio de eventos y consideraciones de forma tal que pueden llegar a ejercer una notable influencia en los individuos, quienes pueden asumir ideas y actitudes, consecuencia directa del poder del convencimiento y persuasión de las redes sociales.

Salvat Martinrey, G.; Serrano Marín, V. (2011), indican:

En la red social asociativa no hace falta interacción para mantener una conexión. El propio sistema mantiene las conexiones de la red. De esta manera, es posible que en estas redes encontramos muchos nodos débiles y hasta mismo conexiones no-recíprocas, como por ejemplo links unilaterales (p. 157)

La utilización actual de las redes sociales con el objetivo de recabar opiniones ha incrementado la importancia y el poder de las mismas, de forma tal que a través de los resultados obtenidos con la utilización de las redes sociales es posible conocer la opinión, el gusto e ideas de diversos sectores de la población mundial, así como las reacciones del público a diferentes eventos y noticias.

Las noticias difundidas por prestigiosos medios de comunicación muchas veces son discutidas y puestas a consideración del público en general a través de las redes

sociales; en la actualidad muchos programas televisivos, principalmente informativos, alientan a sus seguidores a que opinen y participen de la noticia con el uso de las redes sociales, las cuales posibilitan un constante intercambio, hace posible que los directivos de dichos medios de comunicación elijan que tipo de información deben brindarle al público y encuentren las estrategias y medidas que les permitan ir por delante de la competencia.

La importancia de las redes sociales en el periodismo digital se pone de manifiesto como medio de información permanente al que se puede acceder a cualquier hora del día y en cualquier lugar del mundo con la utilización de pocos elementos. La red social ha logrado aventajar al periodismo tradicional debido a que al estar estrechamente ligada al periodismo digital, el acceso a las mismas es generalmente gratuito y permite un conocimiento de la noticia inmediato de forma tal que las redes sociales íntimamente ligadas a las tecnologías digitales ha posibilitado evitar catástrofes así como salvaguardado la vida y bienes de las personas.

Finalmente debe ser destacada la estrecha relación de las redes sociales y el periodismo digital en un mundo cada vez más dependiente del internet y tecnologías digitales, en el que un *clic* es capaz de mover multitudes, transformar opiniones y divulgar la noticia sin censura ni límites por lo que las redes sociales al servicio del periodismo digital se manifiestan como un elemento que puede divulgar informaciones de gran importancia, pero siempre debe tomarse en cuenta que las redes sociales no necesariamente están siendo utilizadas por profesionales del periodismo o personas imparciales a la noticia.

Las redes sociales son el elemento físico que unido a la acción humana permiten la distribución y creación de noticias pudiendo apreciar que en las redes sociales

intervienen varios elementos y personas, máxima que plantea la teoría del Actor Red, la misma que en ningún momento puede ser creada aislada sino de forma colectiva, al igual que el avance y descubrimiento científico técnico al interactuar con la actividad humana posibilitan una mayor creación y difusión de conocimientos.

1.7. Perfil del periodista digital

El periodista digital posee conocimientos teóricos acerca del periodismo, un conocimiento profundo así como habilidades en tecnologías digitales, uso de *Microblogging*, redes sociales de forma tal que utiliza la plataforma digital como herramienta base para realizar y difundir su labor periodística quedando evidenciado que existe un estrecho vínculo entre la tecnología y periodista digital.

García, (2007) afirma:

El perfil profesional constituye una descripción de las funciones que deberá ser capaz de realizar el profesional al terminar sus estudios e integrarse en el mercado de trabajo en el campo de su profesión. Pero una descripción no se concreta a un listado de actividades, debe ser una relación sistematizada, estructurada, de acuerdo con las características de la profesión. Por ejemplo, los niveles o áreas donde deberá desempeñarse el profesional (p. 57)

Otra de las características que distinguen al periodista digital son su experiencia y conocimiento en gestión de contenidos, sus habilidades en la administración de cuentas sociales. La necesidad de una constante retroalimentación y aprendizaje en el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías en especial el internet.

Existen marcadas diferencias entre los periodistas tradicionales y el periodista digital, el periodismo tradicional responde al interés de la casa editorial o el periódico que divulga la noticia, el artículo antes de ser publicado es corregido y revisado por un personal ajeno al realizador de la información, la información demora varias horas antes de ser difundida.

El periodista digital posee completa autonomía y responsabilidad por el artículo que publica de forma inmediata, sin tener que exponer el mismo a la revisión y transformaciones a las que generalmente se ve obligado el artículo.

Es indudable que “...los periodistas deben investigar utilizando las fuentes tradicionales como personas y documentación, pero no sólo físicas sino también virtuales; es decir, internautas y sitios web, para crear contenidos propios” (Castro, 2011: 25). Es de destacar que la responsabilidad del periodista digital es mayor debido a que la noticia que difunde a través de las redes sociales será difundida a las personas de forma inmediata casi al mismo tiempo en el que ocurre la noticia logrando una transformación de la opinión pública que puede favorecer o desfavorecer la labor periodística.

El uso de las nuevas tecnologías exige un elevado nivel y destrezas en la búsqueda, procesamiento y redistribución de la información, por lo que el periodismo digital exige de largas horas de preparación de la noticia para lograr una calidad periodística que logre satisfacer la creciente necesidad de información a nivel mundial.

Otra gran diferencia entre el periodista tradicional y el periodista digital está dada porque el periodista tradicional utiliza un equipo en la búsqueda, procesamiento y difusión de la noticia, sin embargo el comunicador digital actúa solo, él procesa, busca e investiga la noticia siendo el único responsable de la calidad, y el contenido informativo de su trabajo.

Los requerimientos para lograr una actuación de calidad del comunicador digital exige que el mismo posea conocimientos de fotografía, audio, *streaming* y video, con el objetivo de brindar calidad en la noticia. También es importante que el comunicador digital tenga conocimientos de idiomas debido a que él es el principal responsable de la

búsqueda de la noticia, la cual generalmente puede estar difundida en un idioma diferente al nativo.

Un requisito indispensable para todo periodista digital es poseer los conocimientos universitarios que validen su quehacer periodístico, así como un interés permanente por el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías digitales; debe poseer conocimientos profundos en la navegación o búsquedas avanzadas en el internet.

El desarrollo e incremento de las habilidades y destrezas necesarias del periodista digital está dado por la práctica constante y la utilización del internet, de forma tal que se transforme en un profesional multifacético capaz de mantener un nivel elevado en la búsqueda y elaboración de la noticia.

El desarrollo de nuevas tecnologías en internet brinda un horizonte infinito de posibilidades al comunicador digital, el cual puede difundir su trabajo a través de reportajes, videos, multimedias, entre otros que posibiliten un periodismo de actualidad completamente adaptado a los cambios y transformaciones del presente.

Navarro, (2002) indica que el reto de mantenerse a la vanguardia de las nuevas tecnologías de la comunicación hace del comunicador digital el pionero en un mundo cada vez más globalizado en la que la noticia para que tenga validez y logre captar la atención del público debe ser inmediata y poseer un nivel periodístico de primer orden.

El periodista digital puede ser calificado como un profesional multifacético al tener conocimientos de fotografía, edición, internet, entre otros elementos que debe dominar para poder crear la noticia de forma individual y autónoma pero su labor está

íntimamente ligada a la tecnología, estableciéndose una relación de interdependencia que hace posible la labor de dicho profesional.

Existe un innegable vínculo entre el periodista digital, las redes sociales y las nuevas tecnologías, al ser estos elementos el medio en el cual el periodista digital crece y se desenvuelve, siendo necesaria la constante capacitación y preparación autodidacta con el objetivo de mantener sus habilidades y conocimientos al nivel tecnológico que constantemente se incrementa.

Finalmente el periodista digital es uno de los mayores exponentes de la teoría del Actor Red porque a pesar de realizar su trabajo de forma casi autónoma e individual su fuente de información principal se encuentra en el internet, redes sociales y otros medios; en los cuales intervienen un conjunto de personas, por lo que es innegable afirmar que la noticia que produce y crea el periodista digital es el producto de un trabajo colectivo y en ningún caso una acción individual y aislada.

CAPÍTULO II

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN: PERIODISMO DIGITAL Y PERIODISTA DIGITAL EN ECUADOR

En el presente capítulo se abordarán la realidad existente en Ecuador, el cual no ha escapado a los avances tecnológicos de la comunicación, así como al uso masivo del internet y las redes sociales, la sociedad ecuatoriana cada día exige un mayor volumen de información y conocimientos tanto nacionales como internacionales debido en gran medida al hecho que la economía nacional es un producto de la globalización mundial.

La aparición del periodista digital y el uso de las redes sociales es un fenómeno existente desde la década del 90 del siglo pasado, aunque es de destacar que el periodismo digital actualmente ha ganado una importancia y relevancia que sino supera a las ediciones físicas, es un elemento de obligada consulta al que acceden la mayoría de los lectores debido a las muchas ventaja y facilidades que brinda la información digital.

La teoría del Actor red pone de manifiesto la interdependencia existente entre la ciencia, tecnología y sociedad, creándose estrechos vínculos entre actores humanos y materiales, exponente directo de esta teoría son las nuevas tecnologías de comunicación y el periodismo digital

2.1. ¿Periodismo digital en Ecuador?

En 1991 debuta en Ecuador el internet de la mano de la compañía Ecuánex, dicha compañía comenzó brindando el servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo entre las cuales se destacaron Acción Ecológica, Agencia Latinoamericana de

Información, Centro Andino de Acción Popular, Consejo Nacional de Universidades y escuelas Politécnicas, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Universidad Andina Simón Bolívar.

La dificultad del internet en esa época radicaba en los elevados costos, los cuales ascendían a los 700 dólares mensuales, además la cobertura era limitada, abarcando la misma solamente vías telefónicas mediante el dial-up y la vía de radio a través de antenas inalámbricas.

El internet era utilizado en dicha época como una herramienta investigativa y un elemento de esparcimiento. Desde un principio las empresas prestaron gran atención al mismo con el objetivo de agilizar sus comunicaciones, las cuales a pesar de los costos de internet eran mucho más económicas que la telefonía fija y el fax.

Desde el punto de vista periodístico, el internet abrió nuevos horizontes a dichos profesionales, los cuales vieron el potencial desde sus inicios, al poder transmitir noticias a través de textos, videos y multimedias.

A finales de los 90 se logra la masificación del internet en Ecuador; se utilizó exploradores gráficos tales como *Netscape*, *Jeopera*, *E-mail*, los cuales logran desplazar al fax como medio de comunicación más novedoso.

A principios de la primera década del presente siglo se abarata el costo del internet, consolidándose como la herramienta de negocios, medio de entretenimiento y comunicación masiva; a mediados de esa década el *email* alcanza los mayores *rankings* de utilización, quedando de manifiesto su importancia en el uso de campañas publicitarias, políticas, noticiosas y educativas.

En el año 2007 se implementa un cable submarino que enlaza a Ecuador con el anillo de fibra óptica, que permite un rápido acceso a las redes a nivel mundial; es en ese momento cuando se logra elevados niveles noticiosos, al poder acceder a las noticias internacionales con rapidez y eficiencia.

El primer medio digital que existió en Ecuador se remonta a 1995; en el que se crea el boletín informativo de Diario Hoy en plataforma digital, utilizando el internet como vía de difusión. Es de destacar que en la década del 90 se produjo la mayor migración de ecuatorianos al exterior especialmente a España, siendo este boletín informativo digital el único medio que permitía a los inmigrantes conocer las noticias, sucesos y realidad del Ecuador.

Un evento que propició el desarrollo acelerado de los medios de información digital fue el conflicto bélico con Perú, denominado la Guerra del Cenepa; las emisiones digitales permitían una emisión detallada al mismo tiempo en el que sucedían los eventos, alcanzando niveles de atención y captando el interés mundial como nunca antes habían logrado los medios de comunicación.

En los primeros años de la década del presente siglo mejoraron las ediciones digitales, destacándose la sección denominada “lo último”, del diario El Comercio, la cual poseía una calidad periodística y digital muy adelantada a la época.

En el año 2005 se incorporan a los boletines informativos existentes el audio y la multimedia, con lo que se logró un mayor detalle e información en la noticia; por otra parte, la radio incursionó en el internet, destacándose radio Quito, la cual con la ayuda de la red logró transmitir información a nivel mundial.

En el año 2008 las versiones digitales de boletines noticiosos incorporaron la posibilidad de que sus lectores pudiesen opinar acerca de las diferentes noticias difundidas por dichos medios, iniciándose una etapa de periodismo activo, en el cual todo artículo era debatido y criticado por el público, elevándose de esa forma el nivel del trabajo periodístico.

Es de destacar la incorporación de campañas publicitarias a los lados de la noticia de forma tal que no interferían con los artículos periodísticos y lograban captar la atención de las personas que seguían dichos boletines; para la época se puede afirmar que no eran solamente boletines noticiosos sino diarios virtuales que contenían secciones informativas, especiales, diversión, clasificados, deportes, entre otros, destacándose los formatos digitales tales como Expreso y Extra.

Tomándose en consideración los datos brindados por el Ministerio del Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MINTEL), en el año 2012 se deduce que más de la mitad de la población ecuatoriana hasta dicho año tenía acceso a internet, así como, a diarios digitales, noticias y medios de comunicación como radio y televisión digital.

En la actualidad la difusión de noticias a través de internet se ha incrementado aceleradamente debido en gran medida a la importancia y atención que prestan los ecuatorianos al uso de la web, dicha situación se ve favorecida por la amplia gama de servicios, entretenimiento e información que brinda el internet.

Los medios digitales informativos ecuatorianos se han multiplicado desde inicios del presente siglo, además existe una fuerte tendencia de la población ecuatoriana a utilizar sitios informativos extranjeros para mantener elevados niveles de información

internacional, en especial de países donde aún persiste un elevado número de migrantes ecuatorianos, destacándose España, Estados Unidos e Italia.

Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría definen a los medios digitales como “Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (p. 42). Es evidente la importancia y la amplia gama de posibilidades que brinda el periodismo digital, no solamente como medio a través del cual se puede difundir la noticia, sino como una escuela de superación y enriquecimiento de los profesionales del medio.

A los medios digitales Salaverría define como: “Por tales entendemos aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas” (Salaverría, 2005: 59). Lo anteriormente planteado pone de manifiesto que el periodismo digital es exclusivo del ciberespacio, destacando que este vehículo en la actualidad permite una mayor difusión de las noticias que los medios de difusión tradicionales.

“Las acciones del periodista digital pueden ser presentadas o hechas por quien sea, puesto que el periodismo se convierte en un proceso de colaboración que no tiene como fin hacer un producto, sino proveer un servicio”. (Jeff Jarvis, 2012: 92). Los medios digitales son capaces de establecer nexos con los medios de comunicación tradicionales, enriqueciéndolos y permitiendo que en el país en vías de desarrollo, el mismo que no cuenta con la inmensidad de recursos necesarios para crear periódicos, emisoras de radio, canales de televisión, todos estos medios de difusión tradicionales en la cantidad necesaria para lograr los índices informativos requeridos por una población cada vez

más amplia, los medios digitales vienen a ser la solución debido a sus características y bajos costos para difundir la noticia.

Debe tomarse en cuenta que el medio de difusión de noticias tradicional de mayor difusión en Ecuador es la radio, actualmente existen más de cien radios digitales en Ecuador, pudiéndose constatar la plasticidad de la web para adaptarse a los medios tradicionales y de esta manera lograr elevados índices de difusión de noticias.

El periodismo digital en Ecuador tiende al crecimiento y desarrollo debido a sus bondades, bajos costos de producción, utilización de poco personal y sobretodo ha estos factores la creciente aceptación e interés del pueblo ecuatoriano por el uso del internet, aplicación masificada en los últimos años y de la cual crece la dependencia de muchas personas para realizar sus labores cotidianas.

Entre las ventajas existentes en el periodismo digital se encuentra la graatuidad de la información, el fácil acceso a la misma, la sencillez, brevedad de la cual están impregnadas las notas periodísticas las cuales generalmente son redactadas en forma de resúmenes, elementos que permiten al lector acceder a la noticia con brevedad.

Las desventajas del periodismo digital están dadas por la existencia de noticias que no han sido propiamente confirmadas, elementos que pueden provocar desinformación y contradicción con los medios noticiosos tradicionales. Por otra parte es necesaria la tecnología para acceder a este tipo de información, elementos que aún no se encuentran al alcance de toda la población ecuatoriana.

2.2. Perfil del periodista digital ecuatoriano

Ecuador en las últimas décadas, y como consecuencia de varios factores políticos, sociales y económicos ha incrementado la formación de periodistas, así como la calidad de los mismos. La apertura de nuevos horizontes periodísticos como consecuencia directa de la multiplicación y desarrollo de los medios de difusión ha permitido que este fenómeno se materialice.

La especialidad de Comunicación Social a nivel nacional ha incrementado el número de graduados y estudiantes; muchos de estos profesionales incluso antes de obtener el título de grado incursionan en medios digitales y tradicionales, destacándose el desarrollo de los medios digitales en la preparación y práctica de dichos profesionales.

Fernando Villalobos y Maryalejandra Montiel (2005) manifiestan:

De cara al siglo XXI, la profesión del comunicador social se ha convertido en una mezcla de muchas tintas: por un lado el periodismo impreso coexiste con el audiovisual y, por el otro, toma fuerza el medio digital que une la tradicional prensa, radio y televisión con un mundo donde los átomos y los dígitos permiten la interactividad, la inmediatez, la consulta a base de datos, la compra desde el anuncio y otras muchas opciones que exigen del periodista unos cimientos formativos sólidos para cumplir con el nuevo rol (p. 14)

El periodista puede especializarse en una de las ramas o medios informativos que brinda la comunicación social, situación que limita la capacidad y la iniciativa personal, así como la capacidad creativa de dicho profesional. Sin embargo el periodismo digital exige que el periodista sea polifacético, al igual que su conocimiento abarque varios espacios, que domine el uso de las tecnologías digitales, así como las habilidades de edición, creación, fotografía y montaje, elementos básicos e imprescindibles para lograr una correcta interacción en los medios digitales.

Las condiciones económicas ecuatorianas no hacen posible que se incremente constantemente los medios de difusión tradicionales, por lo que el periodismo digital se revela como el medio noticioso de mayor crecimiento y aceptación actual, brindando el

mismo el espacio para mayores posibilidades de desarrollo y crecimiento a los periodistas ecuatorianos.

Rosa Franquet (1999, citado en López, 2008), explica:

“todos los datos parecen indicar que el papel del mediador no va a desaparecer. Los periodistas posiblemente serán más necesarios que nunca si se quiere salir de la avalancha de información que proporcionan los múltiples canales” (p. 127)

La calidad en la formación y desarrollo de los profesionales de la noticia en Ecuador actualmente está ubicada entre las de mayor calidad y exigencia en sudamérica, tal como lo explica Eduardo Tamayo, de ALAI (Agencia Latinoamericana de Noticias) en la entrevista realizada por Punto Noticias de radio Pichincha Universal. Las actuales tendencias políticas del país exigen transparencia y claridad en la noticia y repudian la emisión y difusión de noticias que no hayan sido verificadas y confirmadas.

De ahí que se puede afirmar que el periodismo ecuatoriano es un periodismo serio, honrado y llevado a cabo por profesionales con una sólida preparación, de forma tal que el periodismo ecuatoriano está caracterizado por la credibilidad, capacidad y eficiencia.

José Luis Martínez Albertos (citado en Navarro, 2001), dice que:

Los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro y distinguir entre hechos y opiniones para no engañar, para ser honrados y honestos respecto a los receptores.(p. 203)

La nueva generación de periodistas nacionales ha incursionado exitosamente en los medios digitales debido a que posee las habilidades y conocimientos teóricos y prácticos necesarios para hacer un uso eficiente de la tecnología digital, elemento y herramienta de la difusión de la noticia con un elevado número de aplicaciones que permiten a los periodistas nacionales desarrollar y plasmar su talento.

Lizy Navarro (2002), expresa que las principales características y actitudes del nuevo periodista son:

Periodista multimedia, anticiparse a la demanda del lector Conocimientos de informática de las nuevas tecnologías, explotar Internet como una fuente de información, periodista interactivo, más hábil, responsabilidad social, trabajo continuo, preparación. (p. 83)

La sociedad ecuatoriana de los tiempos presentes se caracteriza por el debate y discusión de la noticia, así como un deseo constante de mantenerse informada; los periodistas digitales ecuatorianos tienen la oportunidad de lograr satisfacer dichos requerimientos y demandas utilizando el internet y haciendo gala de sus conocimientos y habilidades en la utilización de dichos medios, elaboración y edición de videos, multimedias, entre otros, que hacen posible que la noticia llegue al público de forma amena y detallada.

“Los periodistas que deseen trabajar en los nuevos medios deben conocer a profundidad la gran cantidad de recursos y herramientas tecnológicas que les permitirá desarrollar su trabajo (...)” (Castells, 2006: 102). La necesidad de renovarse, adaptarse y crecer a través de los nuevos medios de difusión de la noticia son características innatas de los periodistas, siendo el periodista digital la imagen que plasma esta máxima, un profesional capaz de desarrollar la noticia a través de la confluencia de un conjunto de habilidades que lo hacen capaz de lograr en su forma de actuar única materializar el resultado que décadas atrás solo era posible con la conformación de un equipo multidisciplinario.

Debe destacarse que el periodismo digital en Ecuador se encuentra en un momento de crecimiento y desarrollo, situación que exige de los profesionales del medio una mayor entrega, dedicación y sacrificio con el objetivo de lograr cada día mayores habilidades en el uso de las nuevas tecnologías, búsqueda y desarrollo de la noticia, por lo que el

periodista digital ecuatoriano aparece en la realidad nacional como una figura de relevancia en las futuras transformaciones sociales, económicas y políticas del país.

El periodismo ciudadano a pesar de sus muchas ventajas también presenta desventajas, entre las cuales se debe destacar que cualquier persona con acceso al internet puede transformarse en un emisor de noticias, las cuales pueden ser emitidas sin la profesionalidad requerida, respondiendo a intereses particulares e inclusive defendiendo valores e ideas contrarias al normal desenvolvimiento social.

Por lo que se puede afirmar que el periodismo digital al mismo tiempo de ser un elemento que difunda la verdad, calidad, profesionalismo, también puede ser utilizado como elemento difusor de ideas, sentimientos y políticas contrarias al normal desenvolvimiento y evolución de la sociedad.

El periodismo digital es un heredero directo de los valores, formatos y hábitos existentes en el periodismo tradicional, de hecho, actualmente el periodismo digital no sustituye al periodismo tradicional sino que pasa a ser un elemento que complementa la información que se brinda a través de los medios tradicionales.

El periodismo tradicional representa la cultura de la información desde la época de la imprenta de Gutenberg hasta el presente, es una forma de periodismo que se ha desarrollado y enriquecido a través de las diferentes etapas y eventos de la historia. El periodismo digital es la unión y suma de la experiencia del periodismo tradicional con las nuevas tecnologías de la información y redes sociales, es un nuevo tipo de periodismo en el que confluye lo nuevo, novedoso sin que logre desligarse la tradición de la modernidad.

En el periodismo digital se funden las antiguas tradiciones y métodos con el uso de la tecnología, es el nuevo horizonte y reto para los periodistas que manteniendo los valores éticos y morales heredados del periodismo tradicional asumen el reto de una nueva información más acelerada y concreta que la previamente existente.

La aceptación masiva de los medios de comunicación masiva digitales y en redes sociales ha pasado a ser un complemento de los medios de comunicación tradicionales, los cuales se han adaptado a las nuevas tecnologías digitales y han creado espacios digitales en los cuales ahondan y enriquecen las noticias que difunden por los medios tradicionales tal como lo expone CIESPAL:

Posición	Medio
1	Diario El Universo
2	Ecuavisa
3	El Comercio
4	Ecuador Inmediato
5	El Telégrafo
6	Fútbol Ecuador
7	Diario Hoy
8	Diario La Hora
9	StudioFutbol
10	Andes Info
11	Diario Expreso
12	El Diario Ec

Fuente: CIESPAL 31 de enero 2014.

La información contenida en la tabla anteriormente expuesta confirma la aceptación de los medios de comunicación tradicionales tanto de forma física como digital. Enfatizándose que los valores, tradiciones y hábitos periodísticos mantienen su vigencia

en los nuevos formatos digitales y son enriquecidos dadas sus nuevas características y particularidades de los nuevos medios de comunicación.

2.3. Estructuras de periodismo en Internet

El periodista Guillermo Franco en su libro *Cómo escribir en la web* afirma: “La forma de estructurar los textos en Internet está determinada más por razones funcionales que por simples razones estéticas, literarias o artísticas” (p. 45). La estructura del periodismo en el internet está notablemente influenciado por el tipo de redacción denominado pirámide invertida debido a que dicho esquema responde plenamente a las necesidades de redacción planteadas y existentes en la *web*.

La pirámide invertida puede definirse como el esquema de redacción que se inicia con los elementos trascendentales y más importantes de la noticia, de forma tal que capte inmediatamente el interés y la atención del lector.

Se denomina pirámide invertida vertical como consecuencia de su estructura, debido a que en las primeras líneas pueden ser halladas la información de mayor importancia, disminuyendo el valor de la información en la medida en que se avanza el texto; este fenómeno está dado por la gran cantidad de información que se puede hallar en la *web*, y el sentido de la urgencia del conocimiento y la rapidez que actualmente caracterizan a las personas que utilizan este tipo de medios.

Uno de los objetivos principales de este tipo de redacción en la *web* es hacer llegar al lector la mayor cantidad de información o los puntos más importantes de la misma a la mayor brevedad, tomándose en consideración que el uso puede ser realizado en cualquier momento libre que se desee adquirir conocimientos o información.

El texto a ser utilizado en la pirámide invertida mantiene una estructura lineal, clara, definida y concreta, respetando un orden lógico y predeterminado que facilite una rápida comprensión de la noticia, sin el uso de palabras redundantes o complejas, de forma tal que se garantice la comprensión del artículo por las mayoría de las personas sin tomarse en cuenta su nivel cultural o preparación académica.

La estructura de la pirámide consta de tres cuerpos, el lead, en el cual se encuentra la respuesta a las preguntas claves, ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, ¿Para qué?, y la información relevante de la noticia.

La segunda estructura de la pirámide está dada por el cuerpo en la cual se capta la atención del lector para que continúe enriqueciendo su conocimiento acerca de la noticia con la utilización de otros recursos tales como entrevistas, referencias, encuestas, análisis, datos informativos, entre otras.

Finalmente resta el cierre de la noticia, en el cual se pueden exponer algunos detalles menos importantes, pero que guardan relación con aspectos relevantes de la noticia y pueden ser de importancia para aquellas personas que desean un amplio conocimiento de la misma y desean profundizar en aspectos que dieron lugar o están relacionados de algún modo con el evento noticioso.

Es necesario “un discurso *hipertextual* con una estructura múltiple y flexible que está brindando posibilidades renovadas de redacción periodística y, con ello, la oportunidad de elaborar un tipo de información diferente a la tradicional” (Larrondo, 2005: 160).

Es de señalar que el diseño gráfico y los diarios electrónicos presentan estructuras diferentes, la prensa tradicional sigue una serie de parámetros previamente establecidos

y utilizados por décadas, entre las mismas son de destacar la existencia de estructuras de 5 a 8 columnas, la distribución y ubicación de la noticia de acuerdo a su jerarquía e importancia, la conformación de portadas con los titulares de última hora, la inexistencia de videos y la utilización de la fotografía como imagen gráfica de la noticia.

Por su parte el diario digital no posee la estructura tradicional de columnas para plasmar la información, las portadas son interactivas con acceso a links, publicidad, videos y otras aplicaciones imposibles de exponer en un titular impreso, la ubicación de la noticia y la preferencia de lectura depende del deseo y gusto del lector, el cual escogerá de forma automática el titular que desea leer.

En la obra *Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada* se establece: “Rich aconseja elaborar un esquema previo (storyboard) que sintetice las relaciones de contenido que se establecen entre las distintas piezas que componen la información” (Larrondo, 2005: 163).

Por otra parte, el periódico digital ofrece la oportunidad de leer una noticia y en los márgenes de la misma poderse observar campañas publicitarias que aunque comparten el espacio noticioso no obligan al lector a desenfocarse del artículo que revisa, las noticias generalmente van acompañadas de videos multimedia o un conjunto de fotografías que posibilitan una mejor comprensión y entendimiento de la noticia.

Los periódicos virtuales generalmente están estrechamente ligados a redes sociales, en las cuales los lectores pueden opinar, compartir ideas y criticar la noticia, resaltando la inmensa gama de posibilidades existentes para los diseñadores en el uso de formatos,

tamaños, colores, mapas, iconos, entre otros aspectos, los cuales son muy limitados en el periodismo impreso.

Debe señalarse que existen algunas limitaciones en el periodismo digital, tales como la imposibilidad de poder divulgar fotografías a gran escala, debido a que las mismas deben adaptarse al tamaño del ordenador, pero esta limitación es superada dado que pueden incluirse en el titular digital un mayor número de fotografías, así como videos.

Larrondo, (2005), manifiesta:

La estructuración hipertextual de la información está otorgando mayores posibilidades a la hora de documentar las noticias, lo que permite ir consolidando nuevas fórmulas narrativas para la elaboración de este género periodístico. La profundidad relacional evidenciada en la noticia analizada manifiesta una de las fortalezas de la edición electrónica frente a la imprenta

Por otra parte una ventaja de la prensa digital es que la misma además de su capacidad informativa brinda servicios tales como el estado del tiempo, tráfico, cartelera cultural y cambios en la bolsa de valores, elementos que se actualizan y permiten a los lectores tener información actualizada sin tener que esperar por la edición del próximo día, tal y como ocurre con la prensa tradicional, la cual se edita diariamente y en casos excepcionales se imprimen boletines de última hora.

Una de las mayores ventajas que posee la prensa digital se encuentra en su facilidad de acceso al público y su gratuidad, siendo solamente necesario para su uso que el lector tenga acceso a un computador e internet, situación que de tomarse en cuenta que en la mayoría de los centros laborales de la actualidad existen tales elementos facilita el libre acceso de todos aquellos lectores que tienen un tiempo libre y desean destinarlo a mantenerlo informado.

Entre las características más importantes que expone el periodismo digital se encuentran los recursos de multimedia, los cuales hacen referencia al uso de fotografía, audio, video, infografías animadas, entre otros recursos estrechamente vinculados al texto noticioso, que permiten una mejor comprensión y detalle de la noticia.

La documentación es otra de las ventajas que expone el periodismo digital, traduciéndose a la posibilidad que tiene el lector de poder revisar boletines anteriores de forma tal que puede evaluar con mayor facilidad la evolución de la noticia y los cambios que acaecen, este elemento y facilidad solamente puede ser utilizado en los medios de difusión impresos en bibliotecas o archivos de dichos periódicos.

Después de realizar minucioso estudio Guillermo Franco afirma: “hay que estructurar los textos para el ambiente online teniendo en mente el comportamiento y las metas del usuario” (Franco, 2009: 36). La universalidad y disponibilidad del periodismo digital hace que la noticia llegue a todas las partes del mundo en las que existe acceso al internet, pudiéndose acceder a la noticia a cualquier hora del día sin importar que existan fenómenos o catástrofes naturales que afecten la distribución de la noticia.

La estructura del periodismo en internet rompe con todas las estructuras predeterminadas existentes y brinda nuevos horizontes de desarrollo y creación de los profesionales de la comunicación, abriendo nuevos horizontes en la estructura, diseño y conformación de la noticia, ganando mayor aceptación por su versatilidad y carácter novedoso.

El periodismo en internet evidencia lo plasmado en la teoría del actor red, la cual considera como actores de la noticia tanto a las personas, objetos y discursos,

destacándose la importancia y papel jugado por la tecnología en la explicación del mundo.

En la teoría del actor red existe una estrecha relación entre las personas y los avances científicos técnicos, estableciéndose estrechos vínculos que son constantemente redefinidos y transformados por los avances tecnológicos.

2.4. Cómo escribir para la Web

Para redactar y elaborar una noticia en la web no es necesario seguir ciertos elementos tradicionales de la prensa. El titular, elemento imprescindible para captar la atención de los lectores es uno de los elementos que mantiene su importancia y vigencia en la prensa digital, aunque el mismo presenta un conjunto de transformaciones que lo diferencian de su homólogo impreso.

Entre las transformaciones patentes en la redacción de los medios digitales existe el hipervínculo, el cual permite al lector hallar información adicional a la noticia de ciertos aspectos que se relacionan con la misma, aún en este medio novedoso se utilizan elementos de la prensa tradicional tales como resaltar ciertas partes del texto con el objetivo de captar la atención hacia aspectos relevantes para el periodista.

Guillermo Franco (2009) afirma:

El uso de la pirámide invertida como la mejor estructura para mostrar textos en Internet, pues satisface las necesidades de los usuarios. Los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención; de otra forma, se irán a otra parte (p. 128)

La utilización de diferentes tipos de letras así como colores, herencia directa de la prensa tradicional, son utilizados frecuentemente en la elaboración de notas y noticias en periódicos digitales, los cuales utilizan la memoria histórica de dichos elementos

tomando como ejemplo la prensa roja y la prensa amarilla, espacios que se conservan y desarrollan dentro del periodismo digital.

Otro elemento que persiste y se ha desarrollado en la prensa digital es el uso de la fotografía. A pesar de que este elemento no puede ser utilizado con el tamaño en el que se expone en la prensa tradicional se han incrementado el número de fotografías que acompaña a cada nota informativa, apareciendo nuevos elementos como la multimedia, videos, entre otros, que enriquecen y brindan mayor maleabilidad a la noticia digital y forma de redacción de la misma.

El libro *Cómo escribir para l Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'* manifiesta: “Los usuarios prefieren el lenguaje objetivo, los textos concisos y el diseño escaneable” (Franco, 2009: 47). La redacción de la noticia digital debe ser clara, precisa y de fácil comprensión para un público heterogéneo en búsqueda de informaciones resumidas, que al mismo tiempo brinde una mayor información y comprensión de la noticia.

Existe un conjunto de elementos en el formato digital, que al igual que en la prensa tradicional persisten, destacándose la organización, a través de la cual puedan ser plasmadas ideas claras, así como la existencia de un orden lógico que permita al lector una mejor comprensión de los eventos noticiosos, siempre haciendo uso de un lenguaje claro y accesible, si se toma en cuenta que la información digital no va dirigida a un estrato definido de la sociedad.

Existe un conjunto de elementos que caracteriza al periodismo digital y su forma de redacción, entre las que destaca la necesidad de captar la atención del lector desde los

titulares, debido a la gran variedad de espacios noticiosos y publicitarios que existen en internet.

También debe ser utilizado un lenguaje en la redacción directo, claro, conciso y riguroso, haciendo especial énfasis en la entradilla de los artículos, la adjetivación de la noticia debe ser evitada, evitando brindar una información imparcial y sin manipulaciones que permita al lector la creación de un juicio propio sin influencias externas.

La noticia de la web debe brindarse en párrafos cortos que resuman y abarquen la noticia, intentando que cada idea corresponda a un único párrafo con el objetivo de lograr un mejor enfoque de la noticia por los lectores.

La utilización de frases subordinadas en la redacción de la noticia digital no es recomendable, debido a que la misma puede provocar desinterés en un medio en el que la atención es la mejor garantía para lograr una información efectiva.

Una de las características del periodismo digital que mayor controversia ha despertado en los medios periodísticos, está dada por la posibilidad real de acceso a la web y por ende a la difusión de noticias de personal no calificado, el cual al redactar la noticia incumple con normas gramaticales preestablecidas o utiliza un lenguaje popular que afecta el buen uso de la lengua.

La redacción de la noticia en la web mantiene paralelismos con la noticia de la prensa tradicional, existiendo mayores puntos de congruencia que de diferencia, la necesidad de un artículo claro, ameno y sobretodo resumido son los principales elementos que marcan la diferencia, así como un mayor uso de información gráfica, la cual más que un

elemento que complementa la noticia pasa a jugar un rol protagónico que permite mayor claridad y conocimiento de la noticia por el lector.

2.5. Periodismo móvil

El desarrollo de nuevas tecnologías tales como la telefonía digital y la masificación del uso de los teléfonos celulares ha permitido que los mismos se transformen en herramientas y elementos de primer orden en la labor periodística, debe señalarse que el desarrollo tecnológico de los celulares se ha incrementado notablemente durante los últimos años, pudiéndose tomar fotos de alta precisión, videos y grabaciones, todos estos elementos imprescindibles y necesarios para la realización de una nota periodística de calidad.

La amplia cobertura a nivel mundial de los teléfonos celulares ha permitido que los mismos se transformen en herramientas de difusión de noticias, las cuales pueden ser emitidas de forma instantánea brindando al público en general la posibilidad de mantenerse informado con claridad y exactitud.

La disminución en los precios de celulares de tercera generación han hecho posible un mayor acceso a los mismos por lo que toda persona con un celular es capaz de captar y transmitir la noticia, haciendo uso especialmente de estos elementos los periodistas profesionales que desean realizar entrevistas o investigaciones en las que el nivel de atención de los entrevistados no se vea comprometido por la presencia de cámaras o un equipo periodístico.

El principal estudioso del periodismo digital afirma: “las tecnologías móviles se están convirtiendo en parte integrante de las actividades cotidianas de la gente” (Castells, 2006: 78). Todos los elementos relacionados con el internet han captado la atención e

interés de los periodistas en la actualidad los cuales han sacado provecho de las bondades y beneficios que brindan las nuevas tecnologías, siendo el periodismo móvil una de las alternativas al periodismo convencional que se revela como la más difundida en los países del tercer mundo, en los cuales la labor del periodista nunca está exenta de peligros y excesos tanto por parte de los entrevistados como por parte de las autoridades.

Uno de los ejemplos en los que quedó plasmada la importancia del periodismo móvil fue la primavera árabe, así como la guerra de Libia, en la cual el riesgo de los periodistas que se desplazaban con equipos y personal era tan elevado que la mayoría de las cadenas televisivas y periódicos decidieron y optaron por la utilización del periodismo digital como mejor vía para captar la noticia incitú.

Kara Santos en su publicación Sociedad de la información nuevas tecnologías explica:

El concepto de periodismo móvil alude al uso de tecnologías de la información y la comunicación, que incluye a los celulares, para publicar artículos, imágenes y videos en Internet apenas segundos después de ser captados.

La utilización de las tecnologías informáticas ha abierto nuevos caminos de desarrollo al quehacer periodístico, posibilitando una mayor difusión noticiosa gracias a la amplia red de conexiones existentes en la actualidad que permiten acceder a la noticia en cualquier parte del mundo.

Manuel Castells, asegura que: “En el plazo de unos 10 años, la telefonía móvil ha pasado de ser una tecnología al alcance de unos cuantos privilegiados a convertirse en una tecnología dominante” (p. 72). El celular es el elemento de comunicación de crecimiento y venta a nivel mundial, ha pasado a ser un elemento indispensable en la vida personal y privada de los individuos, indiferentemente a que vivan en zonas

urbanas o rurales, el celular es utilizado por todas las edades y estratos sociales, es un elemento que no es propio de ningún tipo de edad, posición social, género o nivel cultural.

El Director general del Servicio de Comunicaciones Luis Vinueza en una entrevista afirmó que:

El acceso a Internet en los módems se ha desarrollado con mayor rapidez principalmente por la movilidad que ofrecen. Los usuarios no deben esperar a estar en su casa u oficina para acceder a información requerida de Internet, sino que requieren únicamente del módem (equipo fijo – teléfono celular- que permite el acceso en cualquier lugar)

La universalización del internet y la rapidez con que se difunden las noticias hacen necesaria la posesión de elementos tecnológicos tan básicos como el celular para mantenerse informado, esta situación también se puso de manifiesto durante el tsunami que afectó a Japón, situación que imposibilitó el uso de la telefonía y cualquier elemento tecnológico que precisare el tendido eléctrico.

El pueblo japonés pudo comunicarse y transmitir las noticias durante el desastre natural a través de la telefonía celular captando las imágenes del desastre y permitiendo de esta forma documentar las pérdidas humanas y materiales, jugó un papel de vital importancia el periodismo móvil a través del cual se transmitieron informaciones sobre puntos médicos y de evacuación, los cuales salvaron la vida de un gran número de personas.

La tecnología del internet ha posibilitado una mayor difusión de la noticia, el desarrollo de la tecnología celular se ha transformado en un complemento de la difusión de noticias vía web, destacándose el celular como un elemento de recepción y transmisión de información, el cual en manos de los profesionales de la noticia puede ser utilizado también como herramienta de creación del ámbito noticioso.

2.6. Periodismo, fuentes, veracidad y publicación

Las fuentes periodísticas desde los inicios del periodismo jugaron un papel trascendental en la recepción y transmisión de la noticia, debido a que en la mayoría de los casos el profesional de la comunicación no se encontraba en el lugar de la noticia en el momento en el que la misma ocurrió, limitándose solamente a la recepción de la misma y posterior elaboración del texto informativo.

Es claro que “La investigación de fuentes de información consiste en identificar los documentos relevantes para el tema del trabajo y reunir la información que permita tener acceso a los mismos” (Universidad de Palermo, 2013: 2). Muchos periódicos, boletines desde su fundación contaron con más fuentes de información que periodistas propiamente dichos, siendo las informaciones recabadas valoradas y elaboradas de forma tal que las mismas respondían a intereses, hábitos y costumbres de las diferentes épocas por las cuales el periodismo a transitado, lográndose captar el interés y la atención del público a través de la información recabada por las diferentes fuentes.

Existe un estrecho vínculo entre el periodista y sus fuentes informativas a pesar que ambos elementos gozan de total autonomía, pero tomándose en cuenta que existe una interdependencia entre ambas partes, debido a que es del interés de ambos que la noticia se divulgue y se reconozca su trabajo, con la excepción de las fuentes de información anónimas o que no desean ser reveladas, debe señalarse que la fuente informativa brinda la mayor parte de la noticia pero la misma se encuentra en un estado bruto que debe ser pulido para ser correctamente presentado a la opinión pública.

Gerbert Gans, citado por (García, 2007: 23) define: “fuente de información es la persona o grupo de personas que el periodista observa o entrevista y que le proporcionan las informaciones de base o los apuntes para una noticia”.

Existen diferentes fuentes de información entre las cuales deben destacarse las político – institucionales, las cuales a partir de decretos y comunicados emiten sus disposiciones, también las compañías e industrias tienen la capacidad y el poder que le permite acceder a la prensa exponiendo los aspectos más importantes que desean sean tratados por la opinión pública, los gobiernos regionales también brindan valiosa información a la prensa a partir de los cuales pueden elaborar notas informativas de interés general.

Luis Flores Olave, (2010), en su blog “*Objetividad, exactitud y veracidad periodística*” afirma:

Informar con objetividad significa hablar de las cosas tal como ellas son en sí en su propio contexto, sin manipular o distorsionar ninguna de sus circunstancias. Ser veraces, en cambio, equivale a decir primariamente lo que sabemos de las cosas adecuando lo que decimos a lo que sabemos, que puede no coincidir necesariamente con lo que las cosas son exactamente o en su objetividad pura

Instituciones como el ejército, la marina, fuerza aérea tienen el derecho y la capacidad de emitir boletines informativos, los cuales permiten elaborar notas a los diferentes organismos de la prensa, en general todas aquellas entidades privadas o gubernamentales de cierto nivel e importancia a nivel nacional pueden reflejar informaciones en la prensa o realizar mesas informativas, en las cuales se dé a conocer aspectos de relevancia que afectan el desempeño y desarrollo político, económico y social.

Debe ser destacado que la prensa puede ser fuente de información para otros medios de comunicación, existiendo de esta forma un ciclo de retroalimentación que permite a los diferentes medios estar al día en el acontecer y eventos nacionales e internacionales.

Las fuentes informativas pueden ser clasificadas tomándose en consideración un sinnúmero de aspectos, siendo las mismas fuentes primarias o las que participaron directamente en la noticia o secundarias, las que conocen del hecho a través de las fuentes primarias.

También pueden ser clasificadas las fuentes de información de acuerdo al origen, existiendo fuentes directas e indirectas. La fuente directa es aquella que crea la noticia o realiza las declaraciones noticiosas de interés para el público. Las fuentes indirectas son aquellas que se hacen eco de dichos eventos, los colaboradores informativos pueden ser estables, es decir que la búsqueda de información es su única y exclusiva actividad laboral o temporales de forma tal que transmite la información esporádicamente sin establecer un vínculo laboral fijo con el medio informativo.

Luis Flores Olave, (2010), en su blog Objetividad, exactitud y veracidad periodística manifiesta:

Inseparables de la verdad son la objetividad, la exactitud y la veracidad (de acuerdo a nuestro criterio o formación). Por lo mismo se condena taxativamente toda forma de distorsión informativa, sobre todo la omisión, la exageración o énfasis indebido, así como la propaganda. Distorsión equivale a lo que comúnmente solemos llamar manipulación.

La veracidad del periodismo guarda una relación estrecha con las fuentes de las cuales se nutre, existiendo en la actualidad la necesidad de verificar los hechos antes de proceder a su publicación, también es de destacar que en la actualidad y como consecuencia del desarrollo de las comunicaciones existen publicaciones realizadas por profesionales y personal no profesional, existiendo el riesgo de que aquellas

publicaciones, blogs y principalmente periodismo digital realizado por no profesionales no siempre logre apegarse a la realidad y a las normas y directivas que rigen al periodismo profesional.

Dada la gran competencia y variedad de espacios publicitarios en internet, actualmente es fácil encontrar una gran cantidad de espacios noticiosos sensacionalistas que exageran la noticia o la difunden sin haber realizado una exhaustiva verificación de la misma, también son frecuentes los espacios publicitarios en el que se brinda una noticia parcializada o incompleta con el objetivo de manipular la opinión pública; estos son los flagelos negativos del periodismo digital que actualmente deslucen la profesión periodística.

La publicación de una noticia depende de un conjunto de factores, tales como el medio en el cual se plasma en el ámbito noticioso, existiendo grandes diferencias entre el periodismo digital y el tradicional, destacándose en el periodismo digital la inmediatez, la actualidad y la amplia acogida que tiene dicho medio.

Por otra parte, la publicación de la noticia en la prensa tradicional no puede ser inmediata y depende en gran medida del equipo editorial y el modelo que el mismo utilice, necesitando mucho más tiempo, personal y recursos que la publicación de noticias por medios digitales.

En ambos casos existen elementos que hacen que la noticia sea elegible para su inmediata publicación, tales como su actualidad, impacto social, y valor informativo, en todo caso la publicación depende de la demanda y circulación de la noticia existiendo en la actualidad periódicos que editan más de 4.5 millones de ejemplares al día, así como diarios informáticos visitados diariamente.

2.7. Diario el comercio y andes como unidades de análisis

El presente capítulo realizará un análisis que abarcará aspectos de Diario El Comercio y la Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES tales como la historia, funcionamiento, aspectos relevantes, políticas de acción, medios que utilizan para divulgar y captar noticias; además del modo operandi, elementos que permitirán crear una imagen exacta de la importancia y labor de dichos medios de comunicación a nivel nacional e internacional.

La historia de ambos medios a pesar de la relativa juventud de la Agencia de noticias ANDES, responde a la necesidad de lograr un nivel informativo óptimo y veraz, el cual comprenda la realidad nacional e internacional sin estar supeditado a intereses que puedan influir en la difusión de noticias de algún modo.

Se decidió realizar el trabajo investigativo en Diario El Comercio debido al historial, antigüedad y vigencia de dicho medio en la sociedad ecuatoriana, es de destacar que es uno de los medios de mayor difusión a nivel nacional e internacional dada su política de seriedad, seguridad y veracidad.

Se seleccionó además la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES debido al papel trascendente y actual que ha logrado captar la atención de los ecuatorianos a nivel nacional e internacional, así como también se ha ubicado entre las Agencias de noticias más importantes y reconocidas a nivel nacional.

Se consideró Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES como los medios informativos más representativos de la labor periodística en Ecuador en los cuales la noticia imparcial. Finalmente debe destacarse la

dedicación y compromiso de dichos medios con la difusión de los eventos que ocurren a diario tanto a nivel nacional e internacional.

2.8. Diario El Comercio

Diario El Comercio es uno de los medios de comunicación de mayor relevancia a nivel nacional e internacional. Su fundación se remonta a 1906, en el que fue constituido como periódico capitalino por los hermanos César y Carlos Mantilla, con una primera edición de 500 ejemplares diarios.

En el año 1910 se incrementa el número de páginas del rotativo debido al incremento de la información, así como clasificados y publicidad. A su vez en 1931 nuevamente se incrementa el número de páginas y de ejemplares. Tiempo después el periódico alcanzó el ámbito noticioso no solo de la ciudad sino de las diversas ciudades del país, creándose los corresponsales provinciales.

En el año 1937 se moderniza la planta de impresión, logrando imprimir 30000 ejemplares por hora; posteriormente fundando el vespertino Últimas Noticias. A nivel internacional, El Comercio es reconocido como el rotativo representativo de la noticia ecuatoriana, galardonado como el mejor de los periódicos por la Universidad de Columbia en el año 1944.

Luego de haber sufrido represiones por parte de la presidencia de Velasco Ibarra en 1953, Diario El Comercio es clausurado por un breve periodo y, como consecuencia de su importancia y trascendencia nacional, vuelve a circular con mayor prestigio y fuerza, de forma tal que en el año 1955 se amplía el número de páginas y ejemplares a ser distribuidos.

En el año 1960 vuelve a ser modernizado el sistema de impresión se logran imprimir 40000 ejemplares por hora. Del periódico se desprende la revista Carburando, cuya primera edición ve la luz en el año 1970; el prestigio y el apego a la verdad del Diario El Comercio, gana el favor de las autoridades internacionales, de forma tal que en el año 1981, en el 75 aniversario de fundación, recibe la visita del Secretario General de Estados Americanos, el cual califica a Diario El Comercio como uno de los rotativos insignes de Latinoamérica.

En el año 1985 se crea la revista Familia, elemento distintivo de Diario El Comercio, dirigido a la mujer ecuatoriana y a la difusión de información y conocimientos que permitan el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de la familia ecuatoriana.

A nivel internacional, en el año 1992, El Comercio pasa a formar parte del Grupo de Diarios América. En el año 1994, y como consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías, se transforma el diseño del diario realizando cambios en el diseño gráfico, creando nuevas secciones dedicadas a seguir de cerca el desarrollo de las nuevas tecnologías y avances tecnológicos, en el año 1996 se crea la primera edición electrónica de Diario El Comercio.

La trascendencia e importancia de la edición electrónica de El Comercio va más allá de las fronteras ecuatorianas, siendo el principal medio informativo que permitió al elevado número de migrantes en Europa y Estados Unidos mantener vínculos con la patria, así como conocer informaciones de primera mano sobre el ámbito nacional ecuatoriano.

En el año 1997 se crea un nuevo semanario de El Comercio, denominado semanario económico Líderes, el cual abarca sectores de la población a los cuales el periódico no había logrado captar en su totalidad, un año después el SIP le otorga el premio a la

excelencia periodística, y en el año 1999 reciben de manos de la Sociedad de diseñadores de Estados Unidos el premio a la excelencia por el semanario Líderes.

El rotativo El Comercio inicia el siglo XXI, integrándose al selecto club Newspaper Color Quality, rediseñando su diseño. En el año 2004 se integran nuevas secciones, tales como Siete Días, Lunes Deportivo y Construir, siendo durante este periodo en el que el rotativo recibe el premio del Concurso Internacional auspiciado por la Organización de Transparencia Internacional, gracias a los reportajes que abordaron los fenómenos de corrupción de la Función Judicial.

El año 2005 fue para El Comercio un momento de reconocimientos, tanto por los Líderes y Price Waterhouse Coopers AG, los cuales lo destacaron como una de las cien empresas más respetadas del país; recibiendo también una mención de honor en la competencia creativa de los mejores diseños evento auspiciado por la Sociedad Mundial de Diseñadores de Periódicos, obtuvo el premio a la Excelencia en la categoría 20B.

Finalmente, en el año 2006, el Comercio celebra sus cien años de funcionamiento, momento en el que se decide mejorar su ordenamiento con la conformación de tres cuadernos, y un mejor manejo de las imágenes, de tal modo que las secciones Siete Días y Construir adquieren el formato de revistas.

2.8.1. La plataforma Digital de Diario El Comercio.

La plataforma digital de Diario El Comercio está basada en la plataforma web 2.0, la cual no es más que la evolución de la antigua web 1.0, considerada por los expertos en el tema el más completo ecosistema de información; es decir una plataforma en la que la información interactúa continuamente y se complementa.

La plataforma 2.0, está conformada por programas que brindan a los periodistas de Diario El Comercio la posibilidad de extraer información, mapas que complementan la noticia, fotografías actualizadas, tomándose en cuenta que al hacer periodismo es necesario que la noticia a difundir este basada en documentos respaldados por instituciones, universidades o profesionales que avalen la veracidad del material utilizado.

Por otra parte, las aplicaciones de la plataforma web 2.0 permiten el constante intercambio de información por los profesionales de la noticia, así como la consulta y uso de estadísticas que permiten enriquecer y validar el ámbito noticioso; es de destacar que la información a ser utilizada en esta plataforma puede encontrarse en varios idiomas, pero las aplicaciones de la plataforma permiten una traducción ágil, verídica y confiable.

La plataforma 2.0 facilita la labor periodística de tal modo que la misma puede ser utilizada como herramienta en la realización y publicación de videos, entrevistas, artículos, permitiéndole al periodista realizar una entrevista a cualquier persona independientemente de su ubicación geográfica, las aplicaciones de esta plataforma permiten la creación de periódicos digitales, creación de álbumes y la constante renovación y seguimiento de la noticia, pudiéndose afirmar que esta plataforma es un elemento permanente de retroalimentación del ámbito noticioso.

El Comercio es uno de los diarios ecuatorianos que hace mejor uso de las herramientas de la web 2.0, caracterizándose sus ediciones digitales por su innovación multimedia, debe destacarse que las noticias que se difunden por este medio van acompañadas de

fotografías, sobresaliendo este medio digital por la calidad y número de fotos que ayudan a crear en el lector una mejor idea y comprensión de la noticia.

Actualmente, las noticias divulgadas por Diario El Comercio mediante la plataforma 2.0 se interrelacionan entre sí a través de links, elemento que permite al lector ampliar sus horizontes noticiosos y crearse una imagen global acerca del desenvolvimiento y ámbito noticioso nacional e internacional.

Si bien la edición digital de El Comercio brinda infinitas posibilidades de información, es de destacar que la forma tradicional de dicho periódico no ha perdido su atractivo y dinámica, pudiéndose señalar entonces un complemento e interacción entre la forma digital y la física.

La versión digital de Diario El Comercio destaca por el desarrollo de parámetros que caracterizan el uso de la aplicación digital 2.0, haciéndose patente la interactividad existente entre el emisor de la noticia y los lectores, los cuales vierten sus opiniones de la misma enriqueciéndola, por otra parte es evidente el correcto uso de la multimedialidad como elemento enriquecedor de la noticia la cual se hace comprensible para el lector.

La inmediatez de la noticia de la edición digital de diario El Comercio es un elemento que permite actualizar constantemente los contenidos noticiosos con la utilización de redes sociales las cuales actualizan el intercambio noticioso y hacen posible un seguimiento constante de la información, siendo estos elementos los que identifican y caracterizan la plataforma informativa de Diario El Comercio.

La web 2.0 ha revolucionado a los medios de comunicación ecuatorianos, incrementando el flujo informativo así como las comunicaciones humanas con el uso de formatos que se adapten a la realidad nacional. La utilización de esta plataforma ha hecho posible un incremento a la información de la sociedad ecuatoriana y un acceso que una década atrás era imposible. Es de destacar que la web es utilizada por la inmensa mayoría de la población ecuatoriana, los cuales han hecho de la misma un elemento y herramienta de uso cotidiano que interviene en todos los aspectos de la vida, no escapando a esta realidad la necesidad informativa, destacándose Diario El Comercio como uno de los más leídos y consultados en la web por lectores nacionales e internacionales.

La utilización de la web 2.0 en el Diario El Comercio no ha afectado su formato físico tradicional, en aspectos tales como comercialización, cantidad de ejemplares impresos o número de personas que intervienen en su publicación y distribución, pero debe señalarse que dicho formato se ha adaptado y enriquecido con la nueva dinámica que impone la plataforma digital.

Puede afirmarse que la plataforma digital es un elemento que ha enriquecido y fortalecido el formato tradicional de Diario El Comercio, transformándose en el elemento noticioso que le complementa, pero en ningún caso lo sustituye, es de destacar que a pesar de la aceptación masiva y utilización de la web por parte de los lectores, el formato físico tradicional de Diario El Comercio mantiene su preferencia entre los lectores.

La gran diferencia y ventaja del formato digital de Diario El Comercio en la plataforma web 2.0 está dada porque brinda la posibilidad al lector de intercambiar, interactuar y

debatir la noticia, así como ampliar la misma mediante la multimedialidad de dicho ejemplar que se materializa en una mayor existencia de fotografías, mapas u otros recursos que aportan un mayor bagaje informativo.

2.9. Agencia de noticias de Ecuador y Sudamérica (ANDES)

La Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES, es una agencia noticiosa encargada de divulgar las noticias referentes al ámbito nacional ecuatoriano, siendo portavoz de las informaciones trascendentales nacionales divulgadas por los medios oficiales.

Esta agencia informativa fue fundada con la finalidad de brindar una información verídica, fiable, exacta y profunda del panorama noticioso nacional. Actualmente la agencia funciona bajo el respaldo y amparo de un presupuesto estatal, pero debe señalarse que sus posturas y opiniones no responden a una posición oficialista de acuerdo a lo expresado por Cristian Bermúdez Coordinador de la Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES online, intentando divulgar noticias de forma imparcial, actitud que no implica que la agencia sea neutral; todo lo contrario, mantiene actitudes firmes y seguras frente a desviaciones, cambios y transformaciones que afectan la cultura y vulneran los valores cívicos y morales que caracterizan a la sociedad ecuatoriana.

La agencia de noticias ANDES se crea el 29 de diciembre del 2009, por iniciativa de la Secretaria Nacional de Comunicación, dependiendo su funcionamiento en la actualidad de Ecuador TV. Esta agencia cuenta con reporteros en todas las provincias del país, así como corresponsables internacionales, elementos que permiten reunir información de

primera mano a partir de fuentes fiables, la cual es divulgada solamente después de verificar los hechos.

Es de destacar que actualmente la Agencia de noticias ANDES es capaz de captar un gran volumen de información a partir del uso de las Tic's, elementos que han permitido renovar y actualizar el quehacer periodístico de la agencia, equiparándola y ubicándola a nivel de las más importantes agencias de noticias más importantes.

La agencia de noticias ANDES, es el primer medio a través del cual las autoridades nacionales a todos sus niveles realizan sus declaraciones y divulgan información que afecta el normal funcionamiento del país.

Actualmente, la agencia de noticias ANDES es el punto de referencia ante cualquier evento noticioso que ocurra a nivel nacional, siendo sus informaciones elementos de obligada consulta para el resto de agencias noticiosas tanto nacionales como internacionales.

La agencia de noticias ANDES es siempre la primera en obtener la noticia ante eventos que involucren los diferentes estratos del gobierno nacional, también está presente en la vida cultural del país, unido constantemente a los avances, panorama y transformaciones en el ámbito cultural y deportivo del país.

2.9.1. La plataforma Digital de ANDES

La plataforma digital utilizada por la agencia ANDES se corresponde con el tipo web 2.0, debido a que la misma brinda facilidades a través de sus numerosas herramientas para captar la noticia casi de forma inmediata, así como los cambios y transformaciones

que acontecen minuto a minuto en un mundo en el que la velocidad de la información se ha incrementado como consecuencia de la aparición y desarrollo de las Tic's.

El ámbito noticioso que abarca la agencia de noticias ANDES se caracteriza por su interactividad, debido a que al transmitir un gran volumen de información por vía digital establece un constante intercambio con los lectores, los cuales pueden opinar o realizar observaciones a las informaciones divulgadas.

Por otra parte, es de señalar que la agencia de noticias ANDES debido a su carácter de agencia de referencia a nivel nacional e internacional hace un uso constante de la multimedia con el objetivo de poder brindar una noticia completa y que se ajuste a los eventos actuales tal como lo expresó el Coordinador de noticias online.

La constante actualización e inmediatez de la noticia, son elementos que caracterizan a la agencia de noticias ANDES, la cual es a la vez un medio de intercambio entre las posiciones gubernamentales y el sentir popular, y por otra parte un elemento que permite sondear con exactitud la postura y política internacional del gobierno nacional.

Las redes sociales juegan un papel preponderante en la realización y difusión de la noticia, existiendo un estrecho y cercano contacto entre dichas redes y el quehacer periodístico de la agencia de noticias ANDES.

Se puede afirmar que la agencia de noticias ANDES es difusora de noticias verídicas, certeras, inmediatas que no responden a posturas estatales y está fuertemente comprometida con el desarrollo político, económico y cultural del país.

La utilización de la plataforma web 2.0, además de ser una necesidad actual es también una premisa para lograr un nivel informativo óptimo y actualizado así como una constante retroalimentación noticiosa que permita la difusión óptima de la noticia.

La agencia de noticias ANDES hace uso de la plataforma web 2.0 para lograr un mejor nivel informativo, así como captar la atención de los lectores, los cuales encuentran en esta página electrónica los elementos que le permiten un mejor conocimiento de la noticia, la cual se encuentra integrada a la multimedialidad, tales como fotografías, audio, video, entre otros, que hacen de la agencia una de las que mejores resultados presenta en su labor y un elevado rendimiento y aceptación tanto a nivel nacional como internacional.

La agencia de noticias ANDES, junto con otras agencias, tales como Prensa Latina y Reuters, con la utilización de la plataforma web 2.0, es capaz de transmitir e informar del ámbito noticioso nacional a cualquier lugar que exista conexión al internet. Es de destacar que los fenómenos naturales que han afectado al país, así como la crisis y transformaciones políticas, se han dado a conocer a través de dicha plataforma electrónica de forma casi instantánea con todas las pruebas y elementos que permiten verificar la noticia.

2.10. Tipos de contenidos publicados en Diario El Comercio y ANDES

Los contenidos publicados por Diario El Comercio y la Agencia de noticias ANDES presentan varios puntos de coincidencia, aunque es de destacar que Diario El Comercio hace un mayor hincapié en aspectos y contenidos nacionales e internacionales en general, mientras que la Agencia de noticias ANDES presta una mayor atención a los eventos que acontecen en Ecuador y Sudamérica.

Entre el contenido publicado por Diario El Comercio en su página de inicio presenta un resumen de las principales noticias que abarcan aspectos tales como el mundo, Quito, deportes, opinión, entretenimiento, tecnología, sociedad, país, multimedia, blog y patrimonios, todos estos elementos poseen links que permiten al lector dirigirse desde la página de inicio directamente a la página de su interés.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

La Agencia Pública de noticias ANDES trata en su página de inicio presenta las siguientes secciones la actualidad, política, economía, internacionales, deportes, sociedad, cultura, turismo, con links que le permiten al lector dirigirse al contenido de su interés de forma directa. Cabe señalar que el formato digital de la agencia de noticias puede ser consultado en español, inglés y portugués; elemento que lo distingue de diario El Comercio.

La portada de la Agencia Andes posee un encabezado que aborda las noticias más importantes del ámbito ecuatoriano y sudamericano, posee audio y video que reflejan elementos y aspectos relevantes de Ecuador y Sudamérica.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Tanto Diario el Comercio como la Agencia Pública de noticias ANDES poseen en su página digital secciones comunes tales como cultura, deportes, política, y sociedad y noticias nacionales e internacionales, tratando el ámbito noticioso de forma crítica y sin marcadas tendencias o favoritismos que permita a los lectores sacar sus propias conclusiones y crearse puntos de vista propios.

Las noticias nacionales abordan los aspectos de mayor relevancia en la vida económica, política y cultural de la nación, siguiéndose de cerca las actividades de los protagonistas nacionales que poseen cargos políticos o responsabilidades económicas que afectan el quehacer cotidiano del país.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Es de señalar la importancia del deporte en el ámbito nacional, así como la constante preparación y seguimiento a las principales figuras del fútbol de los diferentes equipos, así como de la selección nacional, por la importancia que posee este deporte a todos los niveles y estratos sociales.



Fuente: www.andes.info.ec

Diario El Comercio, por su parte, posee una sección única que aborda temas de interés de la capital del país, elemento que distingue este periódico y lo hace el preferido de los capitalinos, al permitir conocer aspectos relevantes del quehacer económico, políticos, deportivo de la capital. Es de destacar que de estos aspectos son los hechos cotidianos y del quehacer público, los que ocupan mayor espacio y captan la atención de los lectores, los cuales consultan dicha sección diariamente.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Los Andes, por su parte, posee una sección exclusiva en la que se tratan los aspectos económicos del país y Suramérica; elemento de vital importancia para las personas que tratan y trabajan con dichos elementos económicos, siguiendo de cerca dicha sección en la que se puede encontrar información actualizada sobre cambios y transformaciones sobre la bolsa de valores, así como la venta, promoción y distribución de recursos nacionales y de Sudamérica; también en dicha sección se tratan y divulgan las regularizaciones gubernamentales en los diferentes aspectos de la vida económica del país.



Fuente: www.andes.info.ec

Es de destacar en Diario El Comercio la existencia de una sección dirigida de forma exclusiva al quehacer económico, político y social de las ciudades más importantes y representativas del país, captándose en dicha sección los eventos principales de dichas

ciudades, la opinión y sentimientos de sus habitantes frente a las diferentes problemáticas y retos que enfrentan en sus respectivas ciudades.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

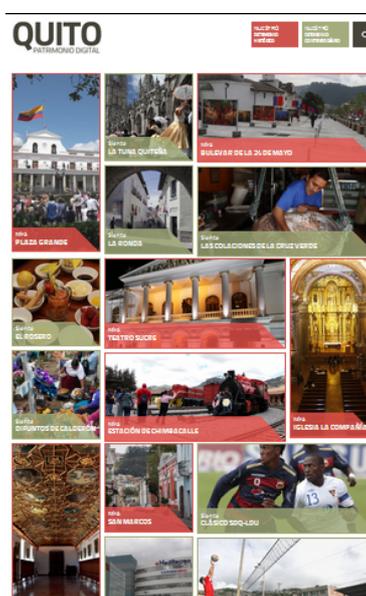
Diario El comercio posee una sección multimedia, la cual destaca por su amplia galería de fotos, videos, audios, gráficos interactivos, elementos en los que se profundiza en la noticia, permitiéndoles a los lectores un mayor conocimiento y manejo del ámbito noticioso. Como elemento novedoso dentro de la multimedia que ofrece diario El Comercio se encuentra una sección titulada El Comercio TV, en la que puede ser seguida la noticia a través de documentales de corta duración en los que se exponen los diversos hechos noticiosos de mayor relevancia.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Diario El Comercio posee una sección denominada Blog, en la cual se incentiva el intercambio entre los lectores y periodistas de forma tal que exista un constante intercambio y crítica sobre el ámbito noticioso y el quehacer periodístico.

La sección Patrimonio de Diario El Comercio es el elemento a través del cual se intenta rescatar y salvaguardar el legado cultural de la ciudad de Quito, el cual se manifiesta a través de su arquitectura, tradiciones, cultura, características culinarias, expresiones artísticas y religión como elementos que enriquecen y crean los principales atractivos que diferencian y hacen a Quito una ciudad de importancia a nivel nacional e internacional.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Tanto Diario El Comercio como la Agencia Pública de noticias ANDES poseen links que permiten a sus lectores seguirlos en las principales redes sociales, tales como Facebook, twitter, youtube, las cuales actúan como elementos de aglutinación de opiniones e inquietudes que puedan surgir luego de publicar un artículo, siendo también herramientas a través de las cuales se logra conocer el sentir y opinión de los lectores.

La sección dirigida a las informaciones y noticias nacionales e internacionales tanto de Diario El Comercio como la Agencia ANDES son las que cuentan con un mayor bagaje informativo y una actualización, constante debido a que dicha sección es considerada la

más importante y leída de los diarios digitales, siendo necesaria e imprescindible la constante actualización de dichas noticias para mantener informados a los lectores.

Se debe destacar que la actualización de dichos diarios digitales realiza durante el día, sin realizarse ningún cambio o transformación en horas de la madrugada, a excepción de noticias trascendentales; también se renuevan constantemente los recursos multimedia utilizados para brindar una mayor información de la noticia, entre los cuales se pueden destacar los videos, fotografías e infografías.

En la versión digital de Diario El Comercio se ha incorporado en la sección Deportes un espacio dedicado al Mundial de Futbol Brasil 2014, en el que se analiza la composición de los diversos equipos que componen el evento, sus estrategias, componentes y directores técnicos, elementos que se valoran con el objetivo de dilucidar las reales posibilidades de la selección nacional ante los posibles oponentes.

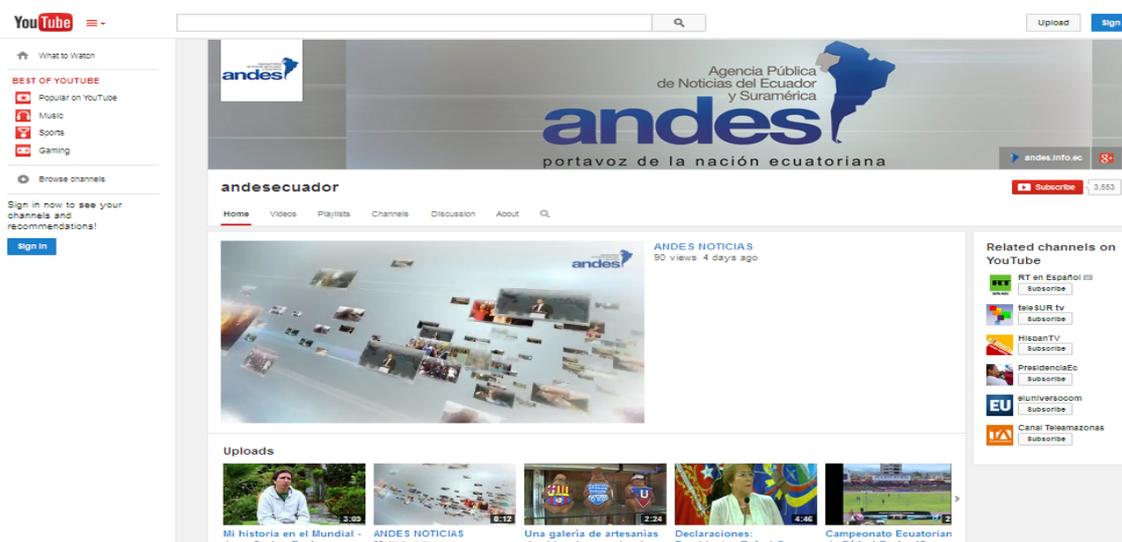
Se debe señalar que en ambos diarios digitales se ha incluido la cobertura en tiempo real como uno de los elementos distintivos y que mayor interés y atracción crean en los lectores; las coberturas especiales en tiempo real jugarán un papel trascendental durante la celebración del mundial de fútbol y las próximas elecciones presidenciales, de forma tal que mantengan informados a los lectores constantemente de los sucesos que acaecen.

Actualmente el flujo informativo va a un ritmo creciente y acelerado, de forma tal que el lector solamente puede lograr una información actualizada y constante a través de periódicos digitales dadas sus características de constante actualización y seguimiento en tiempo real, los periódicos digitales no son en ningún caso los sustitutos de los periódicos impresos, pero sí se han transformado en elementos que complementan y enriquecen la noticia divulgada por los mismos.

2.11. Difusión de contenido de Diario El Comercio y ANDES en redes sociales

Diario El Comercio y la Agencia de Noticias ANDES hacen uso de la web 2.0 y, por consecuencia, de las redes sociales que la misma posee, tales como Facebook, twitter y Youtube, con el objetivo, tanto de difundir como recabar información es de destacar que para hacer uso de cualquier noticia captada por estas redes sociales primeramente es necesario verificar su veracidad.

Youtube es la red social a través de la cual todos los usuarios pueden publicar los videos personales o noticiosos del lugar donde viven, gran parte de las noticias internacionales es captada por estos observadores y transmitida de forma bruta en videos que generalmente no poseen calidad periodística, pero los mismos sirven como punto de referencia al momento de buscar información.



Fuente: www.andes.info.ec

Debe destacarse que la noticia puede suceder de forma repentina o en un lugar en el cual el periodista no puede acceder, ejemplo de lo anteriormente planteado se constata en videos publicados en youtube, tales como el de la muerte de Sadam Husein y Omar Al

Gadafi, momentos históricos que pudieron ser captadas por cámaras de celulares de personas ajenas al ámbito periodístico, pero que deseaban compartir la información, de ahí la importancia de youtube como red social para la búsqueda, realización y difusión de la noticia.

Twitter por su parte es una aplicación de la web 2.0 que permite a sus clientes mantener información y contacto constante y casi inmediato; es un medio de difusión de noticia económico y que permite el seguimiento de la noticia de forma constante; es de gran valor para los periodistas que se encuentran cubriendo eventos noticiosos de forma semi clandestina o clandestina, permitiéndoles difundir la noticia de forma inmediata, segura y discreta; es el elemento de difusión de noticias en bruto que puede ser luego investigado, enriquecido y dotar de calidad periodística que satisfaga al lector.



Fuente: www.diarioelcomercio.com

Facebook es el sitio web de las redes sociales que permite a sus seguidores crear amistades a través de la red, las cuales no tienen que incluir demasiada información

personal, permitiendo también dentro de sus aplicaciones el chateo y creaciones de grupos de amigos según sus intereses o afinidades, esta red social permite a los periodistas de El Comercio y Andes conocer el sentir, intereses y deseos de sus lectores, dicha aplicación actúa como un punto de balance que permite desarrollar, dirigir y ampliar el trabajo periodístico.



Fuente: www.andes.info.ec

Existe, tanto por parte Diario el Comercio como por la Agencia de noticias ANDES, una total correspondencia entre las noticias divulgadas a través de sus redes sociales y lo expuesto tanto en su periódico digital y físico, de forma tal que existe una total responsabilidad y compromiso periodístico por parte de ambos elementos noticiosos en el uso responsable de las redes sociales.

La característica principal de la difusión de noticias de las redes sociales está dada por la brevedad de la misma y porque afronta el evento noticioso de forma directa y concisa, permitiendo al lector un conocimiento a priori del evento noticioso sin entrar en detalles pero con el conocimiento esencial.

Se debe destacar que a pesar de hacer uso de las redes sociales como medios para captar y difundir información nunca se hace uso de la información obtenida sin que antes se realice una exhaustiva verificación de la veracidad de la información.

También debe mencionarse que a pesar de la aparente neutralidad de ambos medios informativos se hace uso de las redes sociales para incentivar la consulta tanto de las páginas web de dichos medios como de sus publicaciones físicas, creándose un compromiso informativo y un deseo de enriquecimiento tanto político, social y cultural de la población ecuatoriana.

Diario El Comercio y la Agencia de noticias ANDES poseen una actualización constante de la información emitida en redes sociales, pudiéndose acceder de forma libre a los titulares y noticias del día.

Entre posible acceder a las noticias por medio de redes sociales de los dos medios de comunicación con la posibilidad de ampliar la información, emitir criterios, comentarios y sugerencias sobre las diferentes noticias divulgadas, comentar sobre los artículos y enviar comentarios y sugerencias.

Se debe destacar que la información divulgada a través de las redes sociales por ambos medios periodísticos no realizará en tiempo real y carece de fotogalería, no existiendo en este tipo de medio de difusión publicidad comercial, constituyendo el único enlace a seguir el de su medio de comunicación.

Queda de manifiesto que las redes sociales en la actualidad juegan un papel trascendental en la difusión, búsqueda e intercambio de noticias, revelándose las redes

sociales como uno de los elementos más utilizados en la actualidad por el público para recibir e intercambiar información.

Se hace patente que tanto diario El Comercio como la Agencia ANDES hacen un uso intensivo de las redes sociales con el objetivo de lograr conocer la opinión y criterios de sus lectores.

2.12. Aplicación de las nuevas tecnologías en Diario El Comercio y ANDES en redes sociales

La aplicación de nuevas tecnologías en Diario El Comercio y la Agencia ANDES, se ha visto ampliamente favorecida con la tecnología web 2.0, permitiendo a dichos medios de comunicación divulgar la noticia con rapidez, celeridad y actualización, así como poder recibir la opinión, el sentir y el criterio de sus lectores.

Si bien no se establece un intercambio entre los medios y las opiniones de sus lectores es de destacar que dichos elementos son utilizados por las direcciones de los medios de información como elementos para enriquecer y mejorar la noticia, así como crear un mayor vínculo entre el medio y el lector.

Las redes sociales actualmente se han transformado en un elemento imprescindible para el periodismo, siendo el que permite al periodista recibir críticas y opiniones sobre su trabajo y como consecuencia una herramienta que le permite retroalimentarse con el objetivo de lograr una información y desenvolvimiento profesional que responde a los intereses y necesidades de sus lectores.

Las redes sociales más que un elemento para divulgar sus opiniones actualmente se han transformado en un medio de intercambio social que permite una mayor participación

de los elementos que crean, producen y procesan la noticia y aquellos que la reciben; es un elemento clave ampliamente utilizado por los lectores, los cuales buscan una mayor información en las redes sociales.

Se debe destacar que elementos como *blogs*, foros, *microbloggings*, sistemas de agregación y eventos no son ampliamente utilizados por diario El Comercio y la Agencia de noticias ANDES como elementos para difundir la noticia, y de esta forma ampliar la cantidad de información que pueda ser brindada a los lectores.

De hecho, al momento solamente se utiliza el *Facebook*, *twitter*, *youtube* y *Really Simple Syndication* (RSS) como redes sociales para difundir e intercambiar noticias, opiniones y criterios, de forma tal que no existe una utilización profunda y adecuada ni un aprovechamiento de las profundas posibilidades que brindan las redes sociales a los profesionales de la noticia para difundir, intercambiar y retroalimentarse en el ámbito noticioso y profesional.

CAPÍTULO III

ESTUDIO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se abordan las metodologías, modalidades de la investigación, sus niveles, tipos, métodos, se especifica la población y la muestra, las técnicas investigativas utilizadas para obtener la información que permita realizar un análisis de los datos para a partir de estos datos lograr establecer las tendencias de favoritismo por parte de la población quiteña.

3.1. Metodología

Para realizar la investigación se asume los principios del paradigma crítico propositivo. Crítico porque cuestiona los esquemas molde o establecidos y propositivo porque plantea una alternativa de solución, en otras palabras critica al esquema para proponer una solución, de carácter cuanti–cualitativo. Cuantitativo porque se procederá información numérica estadística, y cualitativo porque estos resultados estadísticos serán sometidos a interpretación crítica con apoyo del marco teórico.

3.1.1. Modalidades de la Investigación.

Bibliográfica – documental

La investigación tuvo un soporte bibliográfico obtenido a través de fuentes primarias y secundarias, libros, textos, módulos, revistas, publicaciones, internet y manejo de documentos válidos y confiables.

De campo

Porque el investigador acudió a Diario El Comercio, La Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica, ANDES, para adquirir información primaria con la aplicación

de técnicas e instrumentos de investigación, así como la aplicación de encuestas a una muestra de la población quiteña.

3.1.2. Niveles o Tipos de Investigación

Para este estudio se aplicarán dos tipos específicos de investigación, la investigación exploratoria y la descriptiva.

Investigación exploratoria

El objetivo de aplicar esta investigación radica en que no se tiene un conocimiento profundo sobre cómo realizar un modelo de periodismo digital para compartir información a través de internet y redes sociales; este tipo de investigación permite familiarizarse con el fenómeno o hecho en mención.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se utiliza porque trabaja sobre hechos reales, y su característica fundamental es tener una descripción de todos los elementos que posee el estudio propuesto, dándole una interpretación correcta al mismo.

Para la obtención de información que se requiere es necesario realizar una investigación, a través de un conjunto de acciones ordenadas que orienten todo el procedimiento a seguir. Para el objeto de este estudio se ha considerado los siguientes métodos y técnicas.

Método Histórico

Javier Echegoyen Olleta en su publicación Método Histórico, en el portal web diccionario de psicología científica y filosófica afirma:

El método, enfoque o punto de vista histórico se caracteriza por la idea de que sólo la historia permite entender adecuadamente la realidad. Sus tesis básicas son: sólo la comprensión del pasado permite entender el modo de ser y comportamiento de las cosas presentes; la realidad presente está compuesta de capas o niveles, y las más antiguas determinan a las más recientes o superficiales

El método histórico se utilizará debido a la experiencia y el conocimiento que se posee en comunicación social, tomando en cuenta que se tiene datos e información que se obtiene de fuentes primarias y secundarias, además dado que se realizó una investigación y se consultó en fuentes teóricas que ayudaron a la elaboración de la presente investigación.

Método analítico

“Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías” (Ruíz, 2010, p. 55). El método analítico permitió durante la elaboración del marco teórico que el conocimiento no sea superficial y confuso a través del análisis de la materia e información obtenida de libros, tomando conceptos y tendencias de autores, mediante un proceso progresivo y sistemático, que estableció el camino a seguir en la investigación, observando a través de la descomposición de las partes que integran su estructura observando, describiendo, realizando un examen crítico, enumerando las partes, ordenando y clasificando la información que se obtendrá.

Método dialéctico

El método dialéctico es el resultado del diálogo y discusión de fuerzas antagónicas, metodología aplicable al razonamiento humano con el objetivo de poder desarrollar tesis y antítesis lógicas y efectivas y de esta forma arribar a una síntesis final que permita la formulación de conceptos que respondan a la realidad y fenómenos de la

ciencia para dar respuesta a las diferentes interrogativas que surgen en el proceso de científico e investigativo.

La comunicación y el lenguaje son elementos en constante cambio y transformación, afectados por un conjunto de elementos que obligan a los especialistas del tema plantearse la solución a nuevos retos, de forma tal que es necesaria una fuente teórica, filosófica que permita enfocar todos los elementos del universo a través de sus relaciones, pudiéndose concluir que la comunicación y el lenguaje son el resultado de la necesidad de interactuar de forma adecuada por parte de los seres humanos.

Método inductivo

“La inducción se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a "afirmaciones de carácter general” (Ruiz , 2007, p. 122). El método inductivo permitió pasar de un conocimiento particular a un conocimiento general que a su vez hizo posible realizar generalizaciones acerca del periodismo digital ecuatoriano y su impacto en la sociedad actual.

3.1.3. Población y Muestra

Para establecer la población y muestra a ser investigada se procedió a segmentar el mercado de la siguiente manera:

Cuadro 1 Segmentación Geográfica

País:	Ecuador
Región:	Sierra
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Distrito Metropolitano de Quito
Sector:	Norte
Edad:	18 en adelante
Género:	Masculino, Femenino
Educación	Medio y Superior
Actividad económica	Empleado, empresario

Trabajo desempeñado	Oficinistas
Acceso a medios informáticos	Posean internet
Aceptación tecnológica	Posean cuentas en redes sociales

Elaborado por: Daniel Achig

Para la selección de la población se realizó por medio del método de criterio dado que para la investigación era relevante, conocer la aceptación del periodismo digital con el uso de internet y redes sociales, llevándose a cabo la investigación en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, tomándose como población representativa a las personas mayores de 18 años de ambos géneros, debido a que poseen criterio propio y capacidad de decisión para seleccionar los medios a través de los cuales desean ser informados.

Se seleccionó aquellos que poseían una educación media y superior dado a que estos estratos de la sociedad son quienes demuestran una mayor preocupación y seguimiento de la noticia, en especial aquellos cuya actividad económica es de empleados de oficinas y empresarios, los cuales poseen acceso ilimitado a internet y cuentas en redes sociales que permiten acceder a la noticia y difundirla. Estableciéndose un total de 415 personas a ser encuestadas.

Como la población supera a las 100 personas para establecer la muestra se utilizó la fórmula finita utilizada es:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Z = Nivel de confiabilidad 95% el cual es dividido para 2 y se obtiene que es igual a 0.4750 y se transforma en 1.96

P= es la probabilidad de éxito que es del 50% = 0.50

Q = es la probabilidad de fracaso que es del 50% = 0.50

e = Error de muestreo = 5% lo cual representa el 0.05

Al aplicar la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 0.5 * 0.5 * 415}{(415 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{398.566}{1.035 + 0.9604}$$

$$n = \frac{398.566}{1.9954}$$

$$n = 199.742408$$

$$n = 200$$

3.1.4. Técnicas investigativas

Observación. Pues ésta permitirá abarcar diversos aspectos por medio de las sensaciones visuales, auditivas y táctiles, las cuales ayudaran a mantener una relación con el objeto determinado.

Entrevista. Porque ayudará a obtener información acerca de la realidad de los medios digitales El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES.

Encuestas. Por cuanto, es un estudio metódico que permite la obtención de datos fiables acerca de las actitudes, comportamiento y opiniones de la población quiteña en cuanto a la aceptación de los medios digitales El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES.

Encuesta realizada a los habitantes de Quito

1. ¿Cuál es la edad a la que pertenecen los individuos que con mayor frecuencia utilizan las redes sociales?

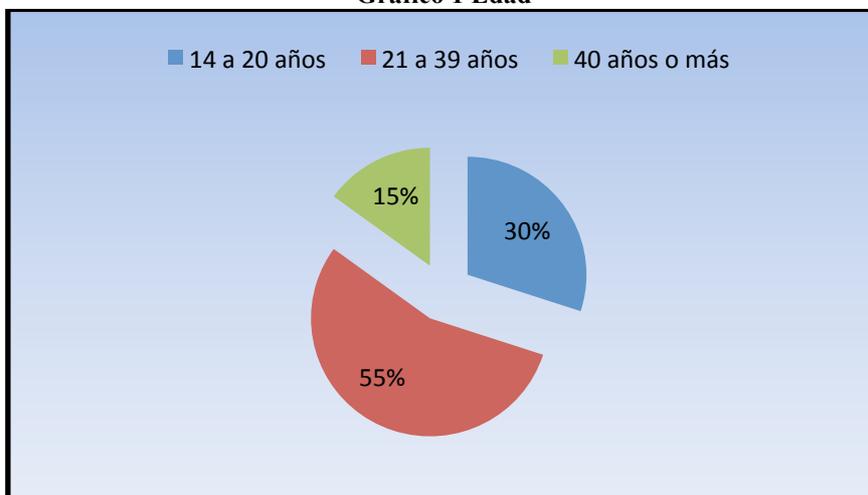
Tabla 1 Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
14 a 20 años	60	30%
21 a 39 años	110	55%
40 años o más	30	15%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 1 Edad



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 110 que representan el 55% del total, y cuyas edades oscilan entre los 21 a 39 años, son el grupo que con mayor frecuencia hace uso de las redes sociales; 60 quiteños, que representan el 30% del total, y cuyas edades oscilan entre los 14 a 20 años, son el segundo grupo que hace

mayor uso de las redes sociales; y finalmente, 30 quiteños, que representan el 15% del total, cuyas edades oscilan entre los 40 años o más, son el grupo que utiliza con menor frecuencia las redes sociales. De la información anterior se desprende que las personas cuyas edades oscilan entre los 21 a 39 años son las que hacen mayor uso de las redes sociales y las personas cuyas edades oscilan entre los 40 años o más son el grupo que utiliza con menor frecuencia las redes sociales.

2. ¿Cuál es el sexo al pertenecen los individuos que con mayor frecuencia utilizan las redes sociales?

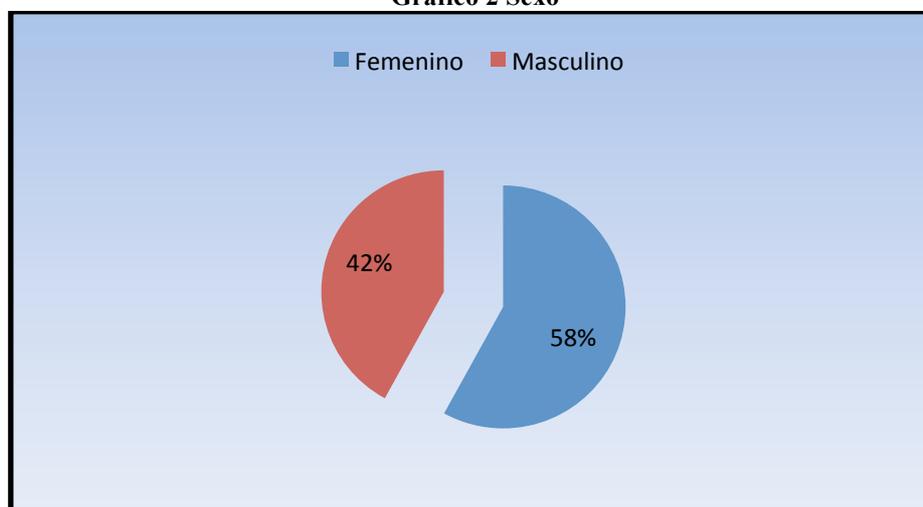
Tabla 2 Sexo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	116	58%
Masculino	84	42%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 2 Sexo



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 116 que representan el 58% del total perteneciente al género femenino son los que hacen con mayor frecuencia uso de las redes sociales; y 84 quiteños, que representan el 42% del total perteneciente al género masculino, utilizan con menor frecuencia las redes sociales. De la información

anterior se desprende que las personas pertenecientes al género femenino hacen mayor uso de las redes sociales.

3. ¿Qué medio digital utiliza con mayor frecuencia para acceder a información noticiosa?

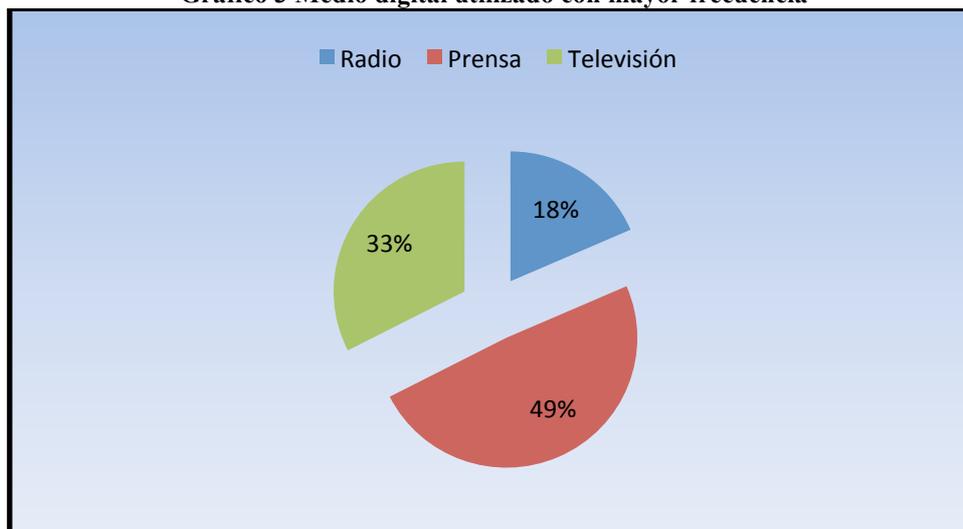
Tabla 3 Medio digital utilizado con mayor frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	37	18%
Prensa	98	49%
Televisión	65	33%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 3 Medio digital utilizado con mayor frecuencia



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 98 que representan el 49% del total, plantean que utilizan la prensa digital para acceder a las informaciones noticiosas; 65 quiteños que representan un 33% del total, plantean que utilizan la televisión digital para acceder a las informaciones noticiosas; y 37 quiteños, que representan un 18% del total, plantean que utilizan la radio digital para acceder a las informaciones noticiosas. De la información anterior se desprende que la prensa digital

es el medio de comunicación más utilizado por los quiteños para acceder a las informaciones noticiosas.

4. ¿Qué periódico digital visita usted en redes sociales?

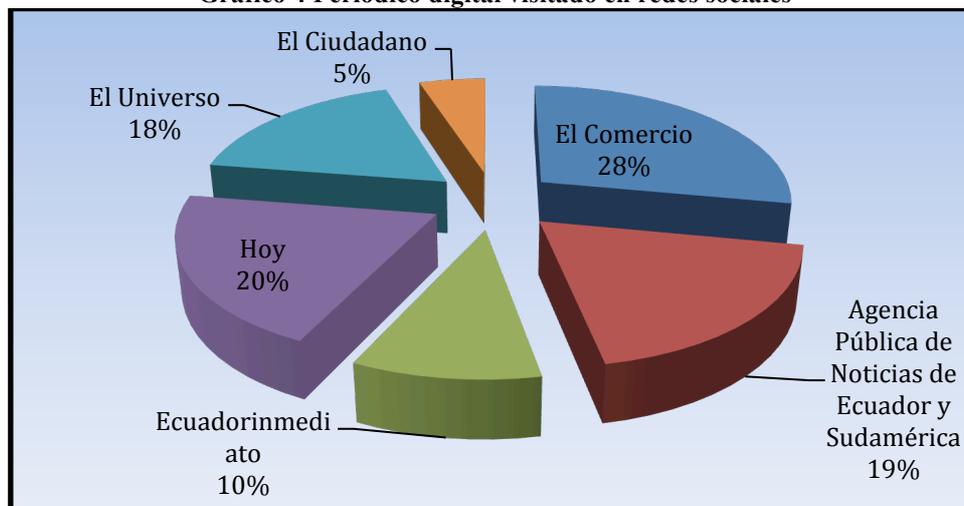
Tabla 4 Periódico digital visitado en redes sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
El Comercio	56	28%
Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica	38	19%
Ecuadorinmediato	20	10%
Hoy	41	20%
El Universo	35	18%
El Ciudadano	10	5%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 4 Periódico digital visitado en redes sociales



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 56 que representan el 28% del total, plantean que utilizan diario El Comercio para acceder a las informaciones noticiosas en redes sociales; 41 quiteños, que representan un 20% del total, plantean que visitan la Diario Hoy en redes sociales; 38 personas, que representan el 19%, manifiestan que visitan la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica; 35 quiteños, que representan un 18% del total, plantean que visitan Diario El Universo para

acceder a las informaciones noticiosas; 20 personas encuestadas, que representan el 10%, manifiestan visitar Ecuadorinmediato; y 10 quiteños, que representan el 5% del total, afirman visitar El Ciudadano. De la información anterior se desprende que los medios tradicionales son los medios de comunicación más utilizados por los quiteños para acceder a las informaciones noticiosas en redes sociales.

5. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para acceder a información noticiosa?

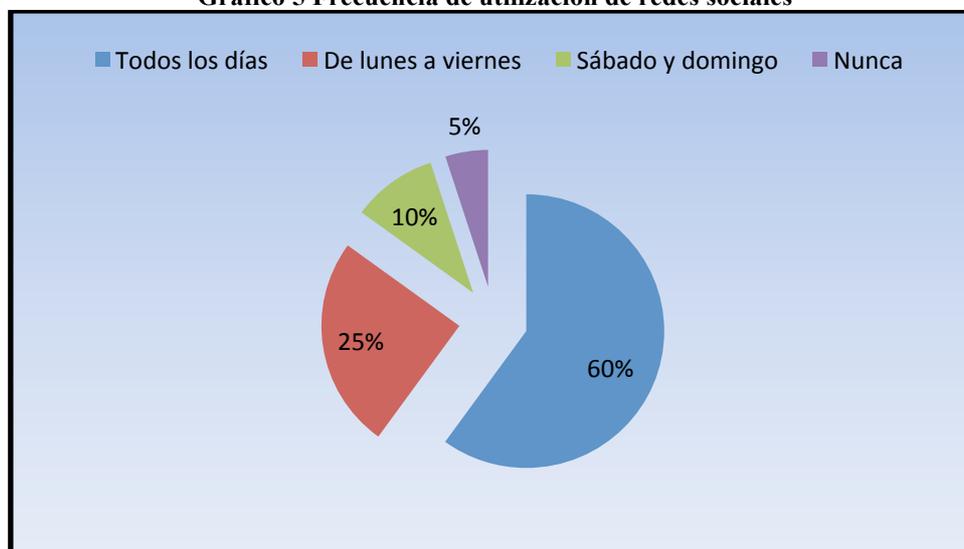
Tabla 5 Frecuencia de utilización de redes sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	120	60%
De lunes a viernes	50	25%
Sábado y domingo	20	10%
Nunca	10	5%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 5 Frecuencia de utilización de redes sociales



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 120 que representan el 60% del total, plantean que utilizan todos los días las redes sociales para acceder a información noticiosa; 50 quiteños, que representan el 25% del total, plantean que

utilizan de lunes a viernes las redes sociales para acceder a información noticiosa; 20 quiteños, que representan el 60% del total, plantean que utilizan los sábados y domingos las redes sociales para acceder a información noticiosa; y 10 quiteños, que representan el 5% del total, plantean que nunca utilizan las redes sociales para acceder a información noticiosa. De la información anterior se desprende que la mayoría de los quiteños utilizan todos los días las redes sociales para acceder a información noticiosa.

6. ¿Considera usted importante la difusión de noticias a través de las redes sociales?

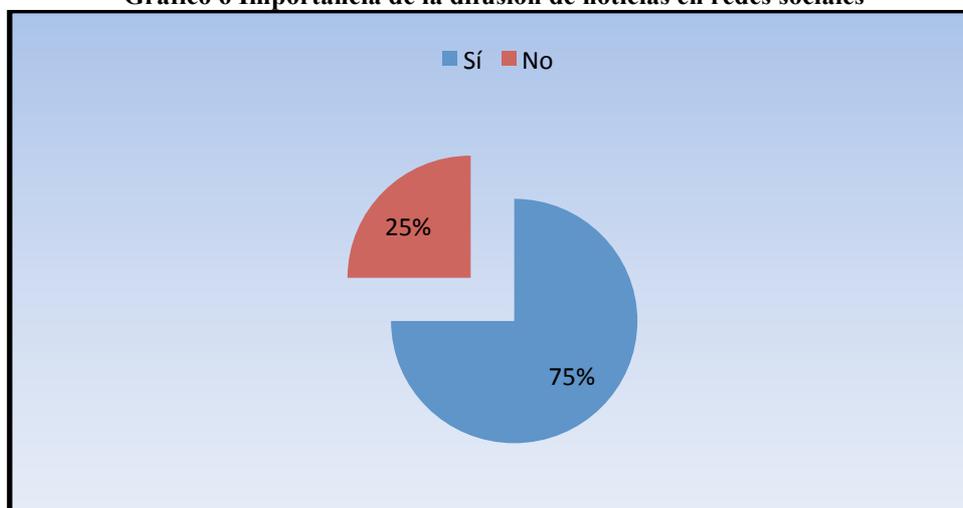
Tabla 6 Importancia de la difusión de noticias en redes sociales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	150	75%
No	50	25%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 6 Importancia de la difusión de noticias en redes sociales



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 150 que representan el 75% del total, consideran que sí es importante difundir noticias a través de las redes sociales; y 50 quiteños, representan el 25% del total, consideran que no es importante difundir noticias a través de las redes sociales. De la información anterior se desprende

que la mayoría de los quiteños encuestados consideran que sí es importante difundir noticias a través de las redes sociales.

7. ¿Considera usted necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento de las redes sociales?

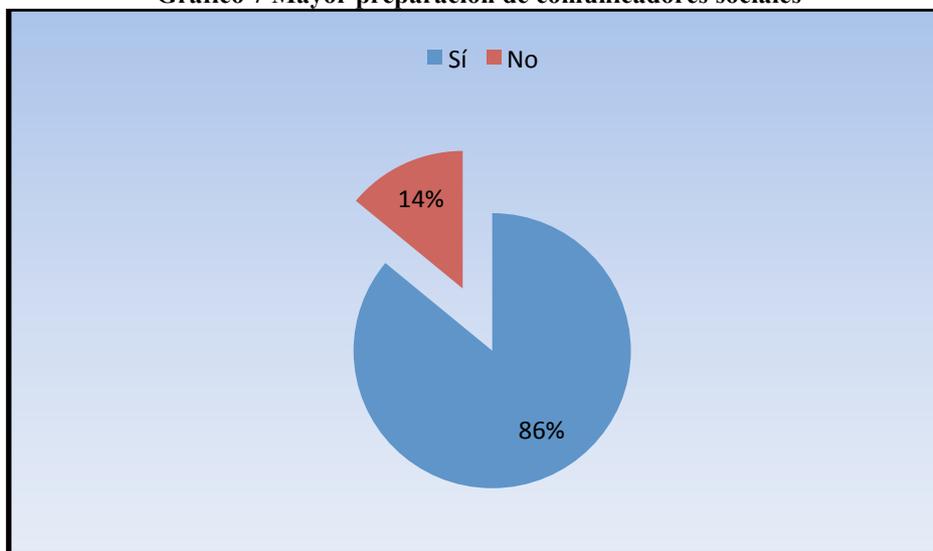
Tabla 7 Mayor preparación de comunicadores sociales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	172	86%
No	28	14%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 7 Mayor preparación de comunicadores sociales



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 172 que representan el 86% del total, consideran que sí es necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento de las redes sociales; y 28 quiteños, que representan el 14% del total, consideran que no es necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento de las redes sociales. De la información anterior se desprende que la mayoría de los quiteños encuestados consideran que sí es necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento de las redes sociales.

8. ¿Considera usted necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales para de esta forma lograr mayores niveles informativos?

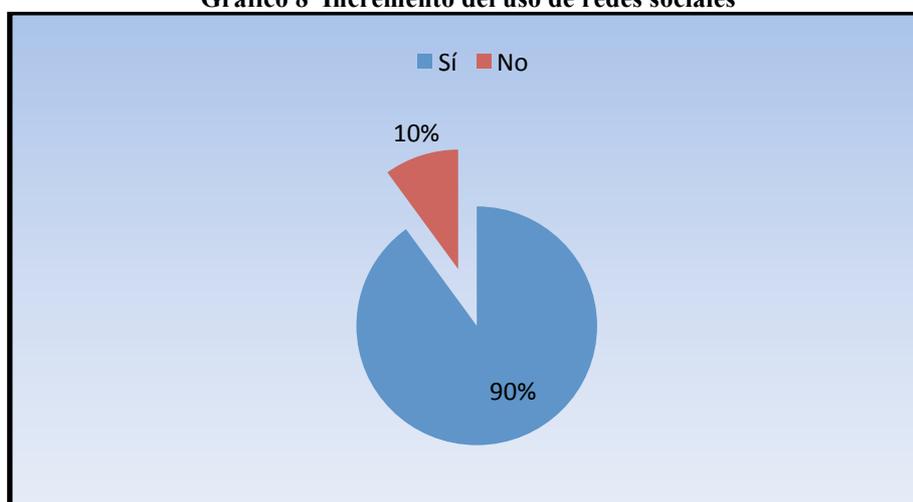
Tabla 8 Incremento del uso de redes sociales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	180	90%
No	20	10%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Gráfico 8 Incremento del uso de redes sociales



Fuente: Encuesta Dirigida a la Población Quiteña.

Elaborado por: Daniel Achig.

Lectura e interpretación: De los 200 quiteños encuestados, 180 que representan el 90% del total, consideran que sí es necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales; y 20 quiteños, que representan el 10% del total, consideran que no es necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales. De la información anterior se desprende que la mayoría de los quiteños encuestados consideran que sí es necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales para lograr mayores niveles informativos.

Entrevista realizada a Susana Morán Coordinadora de Diario El Comercio online y Cristian Bermúdez Coordinador de la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES online.

El actual desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación impone a los profesionales de la noticia la necesidad de hacer un uso diario y permanente de las redes sociales para recabar y difundir información noticiosa si se desea realizar un periodismo de calidad, acorde con las necesidades y demandas actuales exigidas por los lectores, direccionado a una noticia inmediata y de actualidad, crean en el comunicador la necesidad de utilizar constantemente las redes sociales con el objetivo de recabar y difundir información noticiosa y estar a la altura y nivel del periodismo actual.

Internet se ha transformado en los últimos años en el medio de mayor intercambio y difusión noticioso por lo que es imprescindible utilizar las páginas web y redes sociales como plataforma al momento de realizar la difusión de noticias, incrementando el número de personas que hacen uso del internet y sus aplicaciones en la búsqueda de información noticiosa, por lo que es de vital importancia para lograr satisfacer esta necesidad que se incremente la difusión de noticias a través de la página web y redes sociales.

El constante desarrollo e incremento de la tecnología digital y las redes sociales impone a los comunicadores sociales la necesidad de prepararse constantemente en el uso, manejo y conocimiento del periodismo digital y redes sociales, con el objetivo de lograr un nivel de profesionalidad acorde a las exigencias y necesidades actuales, siendo imprescindible para los comunicadores la auto preparación permanente en los elementos

y conocimientos que abarcan los aspectos principales del periodismo digital y redes sociales, con el objetivo de lograr un desempeño profesional de calidad que le permita ser competitivo en el mercado actual.

Las redes sociales se perfilan en un futuro cercano, como uno de los elementos de mayor importancia y trascendencia en la difusión de la noticia, dado la creciente aceptación y utilización de las mismas, por esto es necesario utilizarlas con mayor frecuencia para lograr mayores niveles de audiencia, tomando en consideración que la noticia en las redes sociales es un elemento que crece y se multiplica en la actualidad; es imprescindible para lograr un crecimiento de los medios de comunicación aumentar la utilización de las mismas.

No se puede negar la importancia y actualidad de las redes sociales como medios de comunicación, así como también el papel de importancia que jugarán en los próximos años en la difusión de la noticia, para lograr un incremento del número de seguidores es necesario brindarles a los mismos otras alternativas, que les permitan estar en constante contacto con la noticia a través de los ANDES.

El desarrollo de la noticia, así como el de los medios de difusión, depende del nivel de adaptación y acoplamiento de los mismos a las nuevas tecnologías, siendo las redes sociales una de las tecnologías de mayor importancia en la actualidad; es importante que la misma sea actualizada constantemente para lograr de esta forma un mayor nivel y calidad de difusión de la noticia.

La aplicación de nuevas tecnologías en las redes sociales de forma permanente responde a la necesidad de lograr mayores niveles de difusión de la noticia, teniendo en cuenta que las redes sociales en la actualidad son uno de los medios de difusión de la noticia

más aceptados por los lectores es necesario que el mismo sea constantemente actualizado.

Entrevista realizada a Christian Espinoza profesor de medios digitales y experto en comunicación a través de redes sociales.

La conversión pasa por varias aristas, desde su nombre pasando por el equipamiento técnico y hasta el personal periodístico que labora. Por ejemplo, antes se llamaban salas de redacción de un ‘impreso’ y ahora se denominan como ‘digitales’, ‘multimedia’ o simplemente de ‘contenido’.

Los elementos de integración deben pasar por integrar la redacción con contenidos periodísticos gráficos, digitales y multimedia para tener a disposición de la inmediatez periodística y del oficio de una “información multiplataforma”.

El estilo no cambia radicalmente pero si incorpora nuevas áreas. Se mantienen indiscutiblemente las básicas como la Dirección Editorial y sus áreas de contenidos con su equipo de periodistas como: Política, Economía, Información General, Deportes, Internacional, Espectáculo, entre otras que varían del medio.

También, se mantienen las secciones de Diseño, Archivo y Secretaría pero con disponibilidad al área digital y multimedia.

El cambio pasa, en primera línea, por la planificación de contenidos multiplataforma que nace junto a la planificación de la Dirección Editorial. Es ahí donde emerge el periódico digital e impreso, pues a partir de las instrucciones y distribución del equipo de periodistas, fotógrafos, infografías y camarógrafos se ejemplifica la demanda informativa para la página web, redes sociales y el impreso.

Una vez con las direcciones instruidas empiezan a trabajar las secciones integradas; es decir, es aquí donde la producción multimedia y digital toma forma con contenido de cada área temática (Economía, Información General, Exterior, etc).

El contenido digital se materializa con una ‘Mesa de ultimas noticias’ para actualizar el contenido de inmediato en las plataformas web y celular. Esta es alimentada con las secciones integradas y también es la destinada a construir espacio en vivo, de coberturas y de interacción con los usuarios.

Trabajar de la misma forma con un área de minuto a minuto es clave para tener un flujo informativo en tiempo real o coberturas de otros medios y servicios *online*.

Asimismo, hay que dedicar un espacio a la infraestructura e islas de edición para producir contenido periodístico audiovisual para redes sociales y página web.

En un inicio se pensaba ser periodista digital era en hacer *copy y paste* de su versión del papel a la web. Algo que cambio totalmente con la incursión de las redes sociales y las herramientas tecnológicas al alcance.

El primer punto y el más importante es que el periodista está obligado verificar el contenido que emite y luego compartir, algo que sucede exactamente a revés de los usuarios de internet y redes sociales.

A esto debe sumarse que toda red social debe ser utilizada por un periodista como si estuviera al aire. Es decir, que lo que se coloca y publica es parte ya de su trabajo periodístico y en debe atenerse en caso de tener información errónea.

Asimismo, es de crucial importancia que no se caiga en disputas con las audiencias a través de redes o poner en latente su filiación política. Otro aspecto es conocer mejor que nadie el lenguaje y no caer en textos mal escritos por la inmediatez.

Ambos medios han crecido mucho en sus páginas. ANDES fue creado para ese cometido y no solo hay periodistas digitales sino un equipo multimedia.

En ANDES hay periodistas que realizan trabajos en audiovisuales, fotografías, textos, audios y redes sociales.

En el Comercio veo que los avances ha venido por parte de los propios periodistas y propuestas editoriales. El Comercio es un gran ejemplo de estrategia editorial y da la prioridad que necesita el *online*.

Una vez ya en la Web, las notas periodísticas tienen un plus extra y son originales. Cuentan con elementos multimedia que hacen tener una experiencia completa al lector.

Es algo que debe practicarse y debe estar a la vanguardia. En la actualidad existen muchos elementos para que los comunicadores (no solo periodistas) lancen sus comunicaciones a través del internet y redes sociales.

Los comunicadores pueden producir y mostrar al mundo lo mejor de su producción y, a su vez, conseguir que la opinión pública ponga la mirada sobre su trabajo.

Son varios los casos de éxito como el GkillCity. Este sitio cuenta con una práctica de periodismo sin tendencia política y de actualidad que llama a la reflexión. Son varios sus colaboradores y por tal motivo los contenidos son frescos.

Son populares por que utilizan la plataforma web como base de sus contenidos y captan a sus seguidores a través de redes sociales y socializando el material con elementos gráficos, audio y video que virilizan la información.

Lo primero es no tener miedo. Al principio el número de visitas y la interacción con los usuarios y lectores será baja, esto hasta tener presencia en la web y aquellos que disfrutan de estos contenidos frescos.

Es importante que se trabaje en los textos que se publican. No es lo mismo escribir para web que para un impreso y por eso es esencial que el mensaje llegue a través de un espacio diferente y con elementos multimedia.

Conocer las herramientas de difusión de contenido en redes sociales y ponerlas en práctica y que estas a su vez complementen el texto en la web es lo que hace la diferencia.

Análisis de los datos

De los resultados obtenidos se desprende que el medio digital que con mayor frecuencia se utiliza para acceder a la información noticiosa es la prensa, siendo el periódico digital El Comercio el más frecuentado por los lectores digitales.

Pudo comprobarse que las redes sociales son utilizadas con una frecuencia diaria en la mayoría de los casos, con el objetivo de buscar información, evidenciándose la importancia y vigencia de la información digital como medio de difusión de la noticia.

Se pudo comprobar que existe una necesidad actual de una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo de las redes sociales con el objetivo de

brindar una información de calidad que satisfaga las actuales necesidades de información existentes.

Los coordinadores de los medios de comunicación El Comercio y Andes reconocieron que utilizan diariamente las redes sociales con el objetivo de recabar y difundir la información noticiosa, debido a la facilidad de acceso y seguimiento constante de la noticia.

También reconocieron la importancia de la difusión de las noticias a través de las redes sociales, debido al creciente uso y aceptación de dichos medios por gran parte de la población, la cual cada día desea ser informada de una forma más resumida y concreta.

Finalmente, los instrumentos aplicados arrojan como resultado que al aumentar la utilización de las redes sociales en la difusión de la noticia se incrementarán notablemente el número de lectores que acceden a dichos medios en búsqueda de información.

Queda una vez más de manifiesto la vigencia de la teoría del actor red en el proceso de cognición el cual abarca todos los objetos, instrumentos y personas implicadas en el mismo, incrementando las capacidades y horizontes de pensamiento, de las sociedades virales que interpretan y comprenden fenómenos tales como la identidad, comunicación generacional, tiempo, espacio, entre otros.

3.2. Recomendaciones para crear un periodismo interactivo

El presente capítulo trata sobre el avance tecnológico en los medios de comunicación ha puesto de manifiesto nuevos retos para los comunicadores sociales; en el objetivo de brindar una noticia actualizada, rápida y al alcance de la mayoría, deben actualizar sus

plataformas de trabajo y lograr una armonía con las nuevas tecnologías para lograr que las mismas sirvan como medio de difusión de la noticia.

3.3. Tipos de plataformas digitales para periodismo

Actualmente existe tres tipos de plataformas digitales para el periodismo, las cuales son la web 1.0, 2.0 y 3.0; las cuales brindan una amplia gama de ventajas y horizontes por explorar a la labor periodística, siendo estas plataformas medios de difusión de la noticia en constante transformación y desarrollo.

La plataforma digital web 1.0 es aquella en la que se plasma la noticia solo en forma de lectura, sin que exista la posibilidad de un intercambio e interacción del lector con el contenido de la página.

La web 1.0 es el medio por excelencia de difusión de noticias pero sin intercambio, comentarios, respuestas, citas u otras aplicaciones del lector con el contenido de la página, generalmente este tipo de información no se actualiza constantemente, sino que se mantiene estática por largos periodos de tiempo, brindándose informaciones de tipo histórica, científica y técnica.

La web 2.0, por su parte, es una versión mejorada y con mayor desarrollo que la web 1.0, en la que se encuentran páginas tales como *google*, *Wikipedia*, *youtube*, *bloggers*, entre otros, siendo la característica principal de este tipo de plataforma el intercambio y la interacción que se establece entre el lector y el contenido de la página.

Otra característica de la web 2.0 está dada porque mientras mayor sea el número de usuarios que posea una página mayor es su valor, tomando en consideración que este

tipo de plataformas tiene como finalidad la navegación, interacción, intercambio y retroalimentación.

La utilización de nuevas tecnologías es otra de las características distintivas de la web 2.0, en la cual coexisten un sinnúmero de páginas con infinidad de aplicaciones que permiten al comunicador social brindar una información detallada y precisa.

Entre los sitios representativos de la web 2.0 se encuentra google con un sinnúmero de aplicaciones que van desde el correo electrónico, mapas, búsquedas académicas, análisis estadísticos, traducciones, entre otras aplicaciones, que sirven como herramienta al periodista digital para recabar información, analizarla, traducirla y transmitirla con calidad y profesionalismo exigidos por los lectores.

Otro sitio representativo de la web 2.0 es el *blogger*, siendo el mismo un elemento revolucionador que ha permitido la creación de un sinnúmero de diarios en internet que posibilitan un flujo constante de la noticia. Debe hacerse referencia también a *youtube*, en el cual constantemente se plasman videos sobre noticias en vivo procedentes de todos los sitios del mundo, siendo este sitio una fuente inagotable de información para el periodista digital.

Puede afirmarse que la web 2.0 es un elemento de constante intercambio y retroalimentación de la noticia, la cual es permanentemente actualizada y no otra parte permite al periodista y lector un análisis crítico de las diferentes situaciones desde sus inicios hasta sus desenlaces. Puede concluirse entonces que la web 2.0 actúa como un caudal constante de la noticia.

Por su parte la web 3.0 se califica como la red en la que la noticia se lee, analiza, difunde y contextualiza, por lo que es la red en la cual los sitios existentes brindan a los usuarios información por preferencias; la web 3.0 se diferencia de las otras plataformas en que el usuario puede acceder de forma directa al contenido noticioso de su preferencia, existiendo un orden noticioso y una total falta de informaciones y contenidos ajenos a los deseos e intereses del lector.

Esta web novedosa permite al lector encontrar, compartir y combinar la información de su preferencia con rapidez y facilidad, sin la necesidad de realizar arduas búsquedas y el constante encuentro con informaciones y noticias inapropiadas para el lector.

La web 3.0 es la plataforma de búsqueda a través de palabras claves que permiten al lector hallar la información exacta de forma directa y rápida, la web actúa como una herramienta que cataloga la información y permite una pronta ubicación de la misma.

Otra ventaja a señalar de la web 3.0 es que la misma abarca los dispositivos móviles y debe tomarse en cuenta que tal tecnología en la actualidad está en franco desarrollo y crecimiento, pudiéndose establecer que de cada 10 cibernautas, 2 realizan su navegación a través de dispositivos móviles, por estas razones la web 3.0 se revela como la plataforma de mayor demanda y crecimiento en la actualidad.

Los constantes avances tecnológicos en las redes de comunicación se experimentan en mayor medida en la web 3.0, la cual hace que la noticia se cada día más maleable, menos estática y más directa a las exigencias y requerimientos del entorno.

3.4.Principales herramientas para el periodismo en Internet.

Una de las aplicaciones más novedosas de *google* está dada por las noticias *geolocalizadas*, de forma tal que de existir interés en un lugar específico solamente se introducirá el nombre de dicha ciudad en *google* y se obtendrá resultados acerca de dichas noticias que acaecen en el lugar.

Es común que en noticieros en vivo los coordinadores del programa busquen noticias actuales sobre los hechos noticiosos más importantes de algunas ciudades con el uso permanente de *google geolocalizador*; esta herramienta ha permitido brindar una noticia de última hora que se actualiza constantemente para lograr un nivel informativo óptimo.



The image shows a Google search interface. The search bar contains the word "quito". Below the search bar, the "Noticias" (News) tab is selected. The search results show approximately 44,400 results in 0.29 seconds. The first result is a news article titled "Un extranjero que fugó de una cárcel de Quito fue detenido ..." from "El Comercio" published 10 hours ago. The article snippet mentions Arturo B., one of 55 inmates who escaped from the Provisional Detention Center of Quito on December 15, 2013, and was later captured. A second result is from "La Hora (Ecuador)" published 1 hour ago, titled "Faltan recapturar ocho prófugos del CDP Quito, según Policía". A link for "Más detalles" (More details) is provided, indicating there are 3 more articles.

Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=quito&newwindow>

La aplicación *bing* permite al periodista acceder con rapidez, sencillez y eficiencia a la búsqueda de videos en sitios web tales como *youtube*, *hulu*, *vimeo*, *dealmotion*, de forma directa solamente introduciendo la información acerca de la noticia que desea buscar.

WEB IMÁGENES NOTICIAS MÁS

Beta

Mejor coincidencia ▾ 30.800 RESULTADOS

[La playa de l'Albir inaugura temporada estival con la ...](#)

 La playa de l'Albir inaugura temporada estival con la implantación de WiFi gratuito :: elperiodic.com
Elperiodic.com · hace 12 horas

[L'Oréal sigue de compras y puja ahora por la ...](#)

L'Oréal quiere continuar añadiendo activos a su cartera de marcas. El gigante francés de la cosmética se encuentra en negociaciones para hacerse con el control ...
modaes.es · hace 14 horas

Fuente: www.bing.com

El buscador académico es la aplicación que permite al comunicador social obtener información referente a los diferentes actores de la noticia, causas de crisis y otros elementos que posibilitan ofrecer una noticia de calidad con un respaldo técnico y opiniones de expertos que brindan un mejor enfoque al ámbito noticioso.

La Web Imágenes Más... Iniciar sesión

Académico Aproximadamente 590.000 resultados (0,03 s) Mis citas ▾

Artículos [\[LIBRO\] Historia del reino de Quito en la América meridional](#)
J De Velasco - 1981 - books.google.com

Mi biblioteca MONSEÑOR Manuel María Pólit encontró en 1906, en el Archivo Histórico de Simancas, importantes informaciones sobre los jesuitas exiliados en Italia, y en Valladolid pudo entonces confirmar, en la Biblioteca] esuítico-Española de escritores que han florecido ...
Citado por 254 Artículos relacionados Las 3 versiones Citar Guardar

Cualquier momento

Desde 2014 [\[CITAS\] Historia de la Compañía de Jesús en la antigua provincia de Quito: 1570-1774. Tomo I](#)
Desde 2013 J Jouanen - 2005 - cervantesvirtual.com

Desde 2010 ... Historia de la Compañía de Jesús en la antigua provincia de Quito : 1570-1774. Tomo I / José Jouanen. Historia de la Compañía de Jesús en la antigua provincia de Quito : 1570-1774. Tomo I / José Jouanen | Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes ...
Intervalo específico... Citado por 74 Artículos relacionados Citar Guardar Más

Fuente: www.google.com.ec

Blogger se destaca como una herramienta de *google* en las que pueden compartirse fotos, texto, videos de forma inmediata, es una fuente informativa de mayor valor actualmente debido a la posibilidad de acceso a la misma de cualquier persona que desee acceder a la noticia.

Por otra parte, *youtube* es la herramienta de *google* de mayor amplitud en la que se comparten videos que permiten ilustrar la noticia y conocer detalles de la misma de forma instantánea. *Youtube* ha sido la herramienta a través de la cual se han podido apreciar imágenes en vivo de desastres naturales, conflictos armados, declaraciones de famosos y eventos políticos, inclusive antes de que los medios de comunicación logren arribar al lugar de los acontecimientos, por lo que tales videos una vez autenticados se han transformado en titulares. Un ejemplo del mismo se capta en el arresto y muerte de Al Gadafi, la primavera árabe, el uso de sustancias químicas por el gobierno de Siria, entre otros acontecimientos de gran importancia tales como la invasión de Crimea por el ejército Ruso.



The image shows a screenshot of a YouTube search results page. At the top left is the YouTube logo. To its right is a search bar containing the text "invasión a crimea". Below the search bar, there is a "Filters" button and a text indicating "About 144,000 results". Two video thumbnails are visible. The first thumbnail shows a military convoy on a road with the text "4:45" in the bottom right corner. The second thumbnail shows a soldier in a tank with a Russian flag in the background and the text "1:41" in the bottom right corner.

Russia Readies 140,000 TROOPS for possible INVASION of UKRAINE
by **ArmedForcesUpdate** • 3 months ago • 444,685 views
kiev yanukovych tymoshenko berkut maidan udar yatsenyuk tiahnybok svoboda pravy sektor Batkivshchina russia russian military ...

Ucrania pone en máxima alerta las FFAA ante posible invasión rusa de Crimea
by **euronews (en español)** • 3 months ago • 32,923 views
El ejército ucraniano en alerta de combate ante la posibilidad de que Rusia invada Crimea Desde el viernes hay carros de ...

Fuente: www.youtube.com

La actualidad del periodismo se enfoca hacia la captura óptima de la información, existe una amplia gama de noticias en internet, pero solamente a través de un proceso de depuración, contextualización y visualización de las noticias de mayor importancia se logra crear una noticia concisa y resumida que capte el interés y la atención de los cibernautas.

Es decisivo que el periodista digital tenga la capacidad de captar con rapidez la importancia de los eventos y domine los mecanismos de búsqueda que le permitan reunir todos los elementos necesarios para brindar una noticia de calidad y resumida que capte la atención e interés de los lectores.

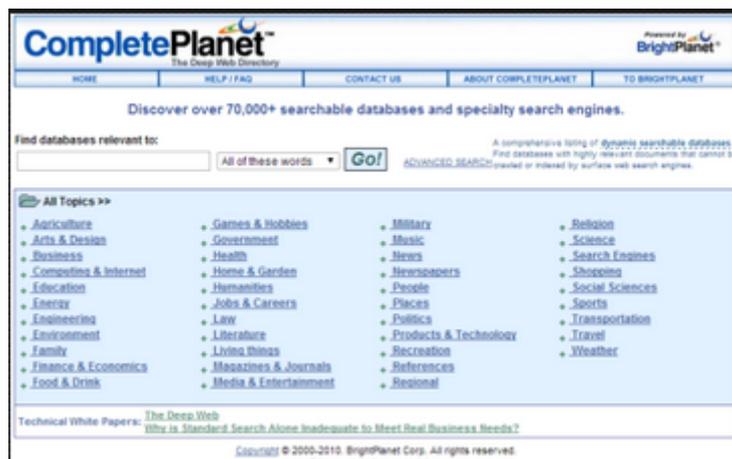
En el presente, la búsqueda en internet es clasificada según el nivel de profundidad, existiendo un nivel de superficialidad en la web el cual abarca las noticias que se encuentran en cualquier periódico digital, página informativa, entre otros, y un nivel de profundidad, la misma aborda informaciones de seguridad nacional o militar que se encuentran protegidas y cuyo acceso es extremadamente difícil; un reto para el periodista digital es lograr extraer los datos más relevantes e interpretarlos de forma tal que pueda brindar una noticia que se ajuste a la realidad del momento y como consecuencia permita un nivel de información óptimo.

Entre las herramientas de la internet profunda se destaca el *infomine*, un proyecto llevado a cabo por bibliotecas de Estados Unidos, el cual realiza acciones de recopilación de información a través de revistas, libros, anuncios, correos, catálogos, artículos entre muchos otros elementos, que una vez conjugados permiten al comunicador social formar y dar cuerpo a una noticia con respaldo verídico que de no ser profundamente investigado pasa desapercibido por otros.



Fuente: www.infomine.com

Complete Planet es la herramienta utilizada en el internet profundo, la cual logra establecer un rastreo en diferentes áreas temáticas de importancia estratégica, lográndose recabar información imposible de obtener a través de búsquedas convencionales; esta herramienta posibilita que el comunicador social comprenda los elementos y razones de la noticia así como fines y objetivos de tendencias y políticas.



Fuente: www.completeplanet

La web semántica puede ser definida como un proceso de evolución y construcción permanente de la web, permitiendo una búsqueda satisfactoria de los elementos solicitados por los usuarios de forma tal que puedan captar el significado de los

contenidos y la relación existente entre los mismos; este tipo de web a alcanzado elevados niveles de atención e interés por parte de los periodistas digitales, los cuales la prefieren por su facilidad y rapidez en la búsqueda de información.

Los buscadores semánticos se caracterizan por abordar de forma única la información buscada por el usuario eliminando los contenidos comerciales u otra información ajena al contenido de búsqueda; en muchas ocasiones los buscadores semánticos brindan nubes de etiquetas que permiten personalizar, descargar o explorar la información solicitada tal como es el caso de *swgoogle*, *gnoss*, *cluzz*, entre otros.



Fuente: www.swoogle.com

Las redes sociales se caracterizan por la difusión de noticias de forma fácil, simple y veloz, garantizando la retroalimentación de la noticia, así como una difusión inmediata de la noticia a muy bajos costos. Las redes sociales en la actualidad se han transformado en el primer de difusión así como fuente de recopilación de información a ser procesada por los periodistas digitales.

Facebook es una herramienta de intercambio, conocimiento y búsqueda de la información, el periodista al ser una persona pública debe hacer uso de dicha

herramienta pero mantener un perfil reservado, no confraternizando con personas que pueden utilizar el *Facebook* para manipular la información.

El *Facebook* se ha transformado en un elemento de obligada consulta y utilización para el periodista digital logrando el periodista digital crear un perfil noticioso e informativo que permita un constante intercambio y consulta de contenidos.

Twitter se ha transformado en una herramienta indispensable para el periodista digital debido a que a través de la misma se puede seguir personas o instituciones de formas continua y recabar información valiosa que puede ser transformada en noticia, por otra parte twitter permite un seguimiento instantáneo de la noticia, elemento indispensable en el actual desarrollo de la comunicación, la cual requiere inmediatez y constante retroalimentación.

Es de considerar que actualmente se pueden realizar búsquedas avanzadas en twitter, solamente aclarando la información a ser explotada, considerando que la información a ser recabada debe provenir de fuentes verídicas y en ningún momento debe prestarse atención a fuentes anónimas, a pesar de que se compruebe que la fuente es fidedigna, debe siempre confirmarse la noticia a través de otras herramientas.

Las herramientas específicas dirigidas al trabajo en la red y compartir documentos funcionan de forma similar, difiriendo las mismas en su capacidad de almacenaje, siendo de gran utilidad para el almacenaje de archivos desde computadoras, teléfonos o tablets, permitiendo al usuario establecer el nivel de privacidad a ser utilizado, además de posibilitar las gestiones de formatos de vital importancia para los periodistas digitales. Es de destacar la aplicación de publicación de documentos que permite este tipo de herramientas.

La herramienta *Issuu* destaca por su versatilidad y facilidad en la publicación y distribución de documentos, no precisa que se tengan conocimientos profundos de este tipo de herramientas para su utilización, elemento que la hace extremadamente atractiva para los periodistas digitales.



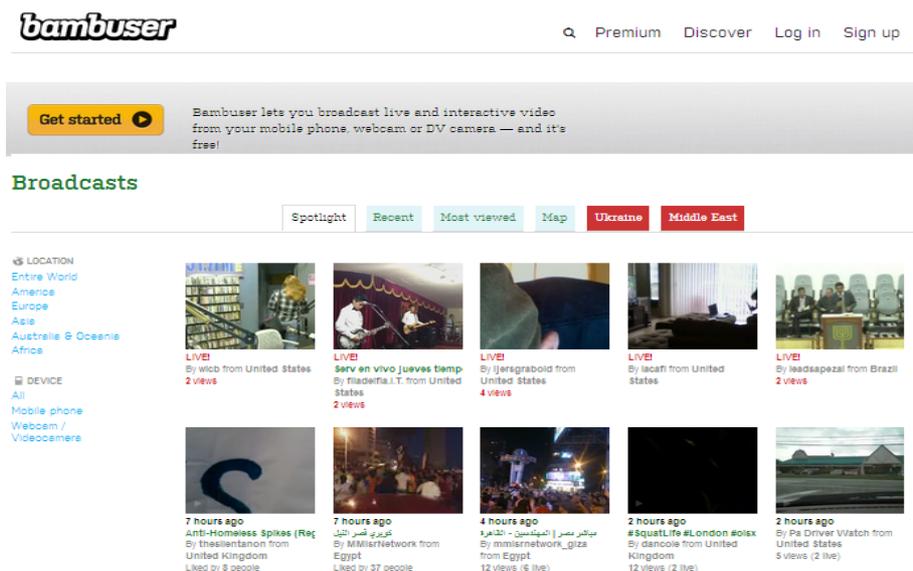
Fuente: www.issuu.com

La herramienta *Calameo* brinda la facilidad de publicación desde cualquier tipo de dispositivo, brindando una amplia gama de dispositivos y un botón de acceso dirigido a la lectura de la publicación, además de enlaces para compartir e insertarse a otras páginas, esta aplicación se utiliza en diarios, libros y actualmente puede ser hallada en las redes sociales tales como *facebook* y *twitter*, elemento que la hace extremadamente accesible.



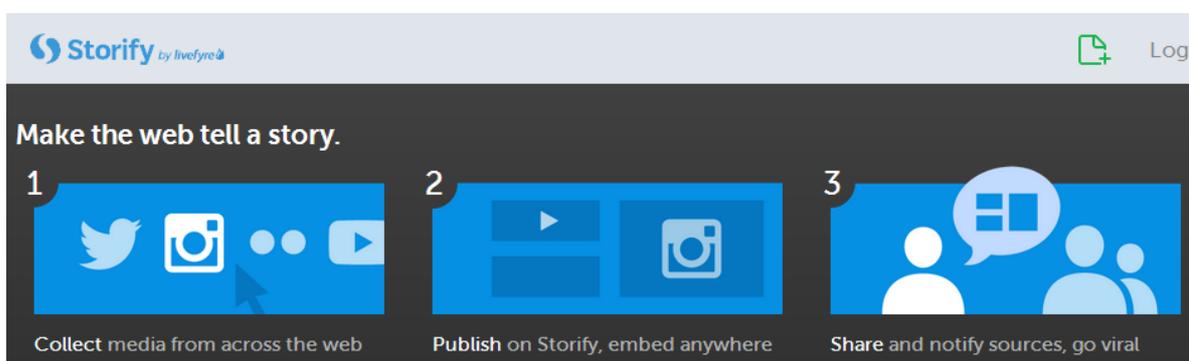
Fuente: www.camaleo.com

El video directo y la conferencia gratuita han pasado a ser una de las herramientas de mayor masificación en los medios digitales, debido a que permite transmitir la noticia en directo desde el lugar de los hechos en tiempo real y con la presencia de los actores de la noticia; esta aplicación permite al usuario vivir el evento y compenetrarse con el mismo de forma estrecha; esta aplicación se la puede encontrar en Smart ponos y tablets, lo que la hace de fácil utilización. *Bambuser* es la aplicación más utilizada por los periodistas digitales para transmitir información.



Fuente:www.bambuser.com

La herramienta *Storify* posibilita una fácil filtración y recuperación de contenidos a partir de un tema de forma tal que se puede transformar una serie de datos en una secuencia ordenada que den lugar a la noticia; dicha organización hace posible una organización rápida de textos, imágenes, mensajes en redes sociales a partir de un contenido específico.



Fuente: www.storify.com

La herramienta *Citymis* permite a los ciudadanos, personas naturales y público en general plantear problemas, dificultades y su sentir ante diferentes eventos y fenómenos sociales, siendo esta herramienta un medio para recabar información de fuentes primarias y conocer con certeza las opiniones, sentimientos y deseos de eventos que afectan la vida cotidiana.



Fuente www.citymis.com

Las herramientas de la web anteriormente estudiadas abren nuevos horizontes al quehacer periodístico digital y crean un compromiso de constante preparación y superación en la preparación de contenidos, con el objetivo de hacer un uso eficiente de las mismas y como resultado ofrecer una noticia actualizada, amena y al alcance de la mayoría.

3.5.Recomendaciones para los periódicos digitales interactivos del Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica ANDES

A partir de la investigación realizada se ha podido concluir que la problemática de Diario el Comercio y la Agencia Pública de Noticias para Ecuador y Sudamérica ANDES radica en la falta de intercambio y comunicación de los periodistas de dichos medios con sus lectores.

Es un elemento negativo que impide una mejor actividad y desenvolvimiento periodístico al no existir un constante intercambio con los lectores, los cuales son el elemento que posibilita la mejora y desarrollo de la actividad informativa en

concordancia con las exigencias y necesidades de lectores cada día con mayores expectativas.

El periódico digital interactivo puede ser definido como el medio de noticias capaz de brindar a sus usuarios una infinidad de posibilidades de acceso y selección de contenidos, por otra parte este medio cuenta con diversas alternativas de expresión y comunicación, brindando la posibilidad al lector de formar parte del evento noticioso.

El periódico digital interactivo se caracteriza por su estructura sencilla, ordenada, jerárquica y progresiva; brindando la posibilidad al lector de escoger los contenidos de los cuales desea ser informados y obtener información extra que le permita profundizar en la noticia.

Salvatierra (2005) cita a Engebretsen, quien afirma:

Un periódico digital interactivo busca crear una retórica propia de la actualidad que tanto aproveche las ventajas asociativas y expresivas que da el hipertexto y el lenguaje multimedia como también minimice las desventajas que tiene la lectura en la pantalla. Para ello, debe buscar nuevos prototipos de construcción de la noticia y explotar los géneros periodísticos propios de la Web (p. 86)

El periodismo digital interactivo es un elemento en constante crecimiento y desarrollo que se nutre de los constantes avances tecnológicos en comunicación, brindando al periodista horizontes creativos a ser explotados y explorados constantemente con la finalidad de brindar al lector una información más amplia, pero al mismo tiempo más resumida de la noticia.

El periódico digital es un elemento informativo al que se puede acceder desde cualquier elemento tecnológico que esté conectado al internet tales como computadoras, tablets y teléfonos inteligentes, brindando al lector una información enriquecida por elementos

tales como imágenes, infografías, animaciones, multimedia, entre otras opciones que hacen de este medio un elemento atractivo y comprensible para la mayoría de los lectores.

3.5.1. Interactividad selectiva para Diario El Comercio la Agencia ANDES

Estructuración mixta

La estructura a seguir como medios digitales interactivos debe responder a un esquema jerárquico, en el cual el lector posea libertad de movimiento, de forma tal que se maximicen las ventajas de la interactividad selectiva, los contenidos deben estar dispuestos en estratos en dependencia de su jerarquía, permitiéndole al lector que decida en cual profundizar. La información plasmada deberá ser concisa, directa y clara, dividida a su vez en temas y subtemas que faciliten la navegación del lector.

Es de vital importancia que desde el inicio sea el usuario el que decida y controle los contenidos acerca de los cuales desea ser informado, creando conexiones que permitan al lector dirigirse con rapidez y eficiencia de un contenido a otro.

Independientemente de las informaciones que ofrezca el periódico digital interactivo deberá poseer un link en cada información que haga posible que el lector pueda referirse a informaciones anteriores que sean la génesis de la noticia actual, por lo que es de vital importancia la existencia de archivos organizados por categorías para una fácil y rápida consulta.

El periodismo digital es un medio en constante crecimiento y desarrollo que debe estar al día en los nuevos géneros periodísticos y hacer un uso constante de los mismos con el

objetivo de renovar de forma constante su modelo y estructura, de esta forma incrementar los horizontes creativos y el talento del periodista digital.

El periodismo digital interactivo se caracteriza por su creatividad, la ausencia de patrones fijos y construcción constante de prototipos informativos que incrementan el uso de los recursos informativos, humanos y tecnológicos.

La noticia como nodo de enlace

El periodismo digital es un elemento de confluencia, desarrollo y crecimiento de la noticia, punto en el cual se profundiza en el evento noticioso, sus raíces y posibles repercusiones inmediatas y mediatas, brindando la posibilidad de poder concatenar y enlazar las noticias actuales con eventos pasados y crear una mejor comprensión y pensamiento global en el lector.

El periodismo digital interactivo posibilita la existencia del nodo de enlace al brindar a sus lectores a través de sus *links* informaciones relacionadas con el panorama informativo, las cuales pueden abarcar aspectos políticos, sociales, económicos, entre otros.

Por lo que se puede afirmar que la existencia de enlaces en los periódicos digitales interactivos son elementos de vital importancia para garantizar una información única, de calidad y que se diferencia totalmente de los medios tradicionales, siendo el periodismo digital el elemento que se perfila para el futuro noticioso como el más integral y adecuado para ofertar una información detallada y abarcadora al lector.

3.5.2. Mejora de la interactividad comunicativa para Diario El Comercio la Agencia ANDES

Propuesta de reforma a la página de inicio o portada

La página de inicio es un elemento decisivo en captar la atención del lector, en la misma se encuentran plasmados los títulos de la noticia según su jerarquía, así como imágenes y publicidad que puedan captar la atención del lector, es vital que exista un apartado en el cual se encuentre la dirección electrónica que permita establecer al lector una comunicación directa con los editores del periódico digital, un elemento a tomarse en cuenta es la existencia de enlaces que permitan al lector seleccionar los temas de su interés.

Lorenzo Gomis (1991) afirma:

La “portada automática” es un buen recurso informativo para saber qué noticias son las más leídas aunque puede inclinar demasiado la balanza hacia los temas “interesantes” y dejar de lado los “importantes”, situación que puede traer como consecuencia el desvío de la atención pública de los eventos noticiosos que poseen una verdadera importancia y repercusión desde el punto de vista político, social y económico (p. 112)

Queda de manifiesto la importancia de la automatización de la portada como elemento facilitador y atractivo al lector, el cual podrá decidir los contenidos que desea explorar, brindándole un sentimiento de libertad y autodeterminación al momento de ser informado.

Comentarios

El comentario anexo a la noticia es un elemento interactivo que brinda información, opiniones, resultados y otros datos relacionados con la noticia de forma directa e

indirecta, a los que puede acceder el lector si desea tener un mayor conocimiento del evento noticioso; esta es una herramienta solamente accesible en periódicos digitales interactivos, siendo uno de los elementos que la diferencian del periodismo tradicional.

El comentario es la opinión y el sentir de los lectores en la cual se manifiestan diferentes puntos de vista; se debate, se crean posiciones contrarias o favorables a un evento, pero en todo momento se establece un espacio de opinión e intercambio en el cual todos tienen derecho a opinar y ser tomados en cuenta.

Participación del lector en la noticia

Una de las mayores ventajas del periodismo digital interactivo está dada por la interacción, el comentario, la sugerencia y recomendación de los lectores a la noticia, transformándose a su vez en elementos activos que no solamente aportan comentarios, sino también informaciones y elementos que pueden enriquecer y ampliar el ámbito noticioso.

Existen herramientas digitales tales como Menéame, *Digg*, *Del.icio.us*, *Technorati* y *My Yahoo*, que promueven y facilitan la gestión personal y comunitaria en la noticia, creando un espacio en el cual la noticia se comparte, valora, clasifica y conserva; estas son herramientas, elementos, que permite buscar la génesis de la noticia.

La utilización masiva del video y la fotografía han posibilitado que se incremente el ámbito informativo, obteniéndose una mayor información gráfica que ilustra con mayor claridad la noticia y actúa como elemento revelador y esclarecedor de los diferentes eventos.

3.5.3. Optimización de los recursos ya existentes en Diario El Comercio y la Agencia ANDES

Entrevistas

Las entrevistas en línea jerarquizadas brinda la posibilidad de crear un espacio de participación en el que se plasma el contenido actual haciendo uso de títulos impactantes, resúmenes periodísticos, enlaces relacionados con la noticia, audios, videos, fotos, entre otros elementos que brindan calidad y continuidad en la noticia.

Las entrevistas a los diferentes actores de la noticia no deberán limitarse solamente al uso del chat, sino que también podrá hacerse uso del foro, elemento en el cual se incrementan las posibilidades de diálogo, estableciéndose un intercambio activo en el que pueden intervenir no solamente los actores de la noticia sino el público en general, y verter opiniones que enriquezcan el contenido periodístico.

Lectores en conexión

Los lectores en conexión son definidos como cibernautas conectados a través de foros y chat que debaten y discuten la noticia en vivo o comparten sobre temas, deportes, política, etc., de forma tal que existe un intercambio en el momento en el cual la noticia ocurre.

Los lectores en conexión, además de discutir la noticia, brindan información que permite profundizarla y buscar elementos anteriores para crear pronósticos acerca de la evolución de los diferentes eventos en un futuro cercano.

Las encuestas abiertas abordan generalmente temas de actualidad, de forma participativa y popular, creándose opiniones públicas en los diferentes aspectos sociales políticos y económicos que afectan la sociedad, y brindando al periodista la oportunidad de conocer de primera mano la opinión y el sentir del público en general.

La opinión pública debe archivar constantemente como elemento a ser utilizado en futuras proyecciones del comportamiento y sentir público, ante los diferentes eventos noticiosos de los diferentes aspectos que afecten el quehacer social, económico, político y noticioso.

Contacto permanente con los actores de la noticia

El espacio digital en el que confluyan tanto los comunicadores sociales con los actores de la noticia es el elemento en el que se plasman las diferentes expresiones, diálogos e ideas y en el que se pueden intercambiar acerca de los principales temas de actualidad, también es el espacio en el cual se puede promocionar la actividad artística, periodística, cultural, siendo este elemento principalmente un lugar de contacto, foro e intercambio.

3.5.4. Retos del periodismo digital interactivo de Diario el Comercio y la Agencia ANDES

Actualmente el periodismo digital enfrenta sus mayores retos en dos frentes: el primero está dado en captar el interés y el mayor número de lectores pero al mismo tiempo se puede percibir un segundo frente cuyo reto está dado por lograr mayor credibilidad en el medio, evitando noticias e informes sensacionalistas que no se ajusten a la realidad. Con el objetivo de garantizar la credibilidad de los diarios digitales interactivos se han

creado sistemas de reputación métrica en las cuales se puede valorar de forma crítica el trabajo informativo de los diferentes diarios digitales.

Con el objetivo de captar el interés y la atención de los lectores, los periódicos digitales interactivos han incrementado los elementos que brindan mayor libertad de navegación y selección del lector, así como la información gráfica, videos, fotografías, elementos que tienden a captar el interés y atención al posibilitar información de mayor entendimiento.

Un elemento que tiende a afectar el normal desarrollo de los periódicos digitales interactivos tiende a ser la aparición de propagandas, avisos, advertencias, elementos no deseados por el lector, que en muchas ocasiones dificultan e interrumpen la búsqueda o lectura de artículos de interés; por ejemplo el elemento publicitario mercantil deberá ser manejado con mesura y sin que en ningún momento afecte la concentración del lector en los artículos de su interés.

El periodista digital, además de recabar información y redactar la misma de forma tal que pueda ser comprensible a la mayoría de lectores, debe chequear de forma constante la información recibida, moderar los debates que se establecen dentro del periódico digital interactivo y hacer una selección de foros que tiendan a enriquecer la noticia y no a degradarla o crear opiniones antagónicas que desemboquen en eventos de mayor magnitud.

Puede afirmarse que la mayor y más importante tarea del periodista digital está dada en lograr el interés, la atención y el deseo de los lectores en la participación permanente y creativa en la noticia.

Gillmor, (2004) explica:

Los lectores parecen ser en su mayoría consumidores pasivos de noticias y, excepto cuando ocurren hechos de gran repercusión, se muestran poco interesados en participar en el debate público de ideas a través de la Web, vertiendo sus opiniones y pareceres de forma espontánea (p. 244)

Se evidencia la importancia del periodismo digital interactivo, no solo como medio informativo, sino como un espacio de debate abierto, participativo y democrático en el que se pueden verter las diversas opiniones y pareceres de los lectores.

El periodismo digital interactivo es el elemento de la información que mayores cambios y transformaciones ha experimentado en la década, y se revela como el medio informativo a través del cual en los próximos años se lograrán los mayores niveles de audiencia.

Las nuevas tecnologías de la información han debelado horizontes infinitos en la creación del comunicador social, pero al mismo tiempo demandan una mayor preparación profesional con el objetivo de lograr un nivel informativo acorde a las exigencias actuales.

El papel del periodista digital se manifiesta cada día con mayor importancia en el ámbito noticioso dado su compromiso con la transmisión constante de una noticia actualizada y verás, pero al mismo tiempo con el reto de lograr la atención y el interés de los lectores por el medio, elemento que puede ser logrado solamente con un trabajo comprometido y profesional.

CAPÍTULO IV

EJEMPLIFICACIÓN DE MEDIO Y PERIODISMO DIGITAL: LA MALA

LETRA

El presente capítulo recopila las experiencias de Diario El Comercio y la Agencia de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES plasmadas en la plataforma digital de periodismo La Mala Letra (www.lamalalettra.com).

4.1 Plataforma digital La Mala Letra



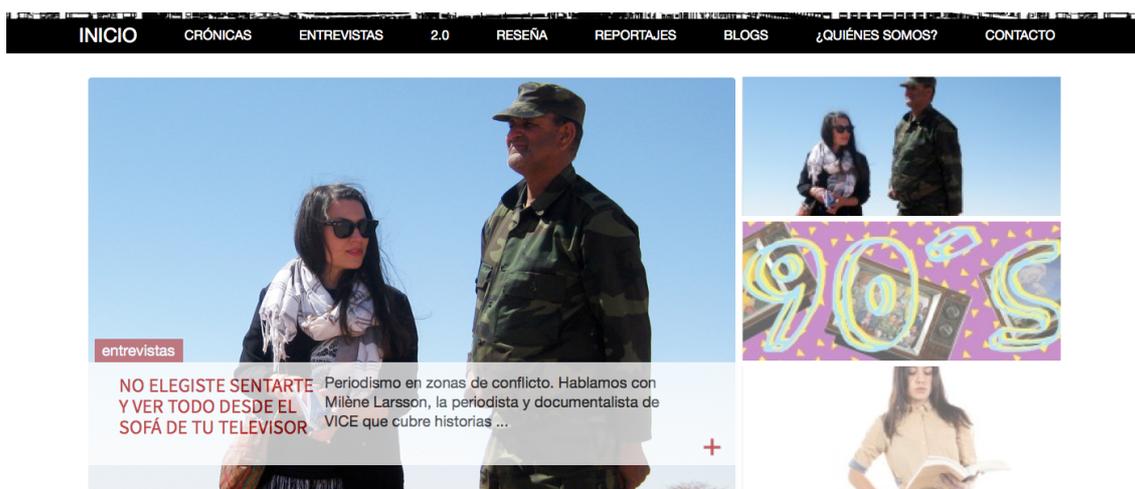
La Mala Letra es una propuesta independiente creada por comunicadores (periodistas, publicistas, cineastas y diseñadores) que pretenden explorar nuevos formatos para el ejercicio periodístico.

La plataforma gusta de contar historias cotidianas a través del uso de diferentes herramientas multimedia y recursos literarios que permitan plantear un enfoque y tono innovador.

Esta plataforma invita al lector a despertar sensibilidades y perspectivas sobre distintos temas como música, literatura, arte, cine, fotografía, investigación, historia, sociedad, actualidad, género, personajes anónimos, entre otros.

La Mala Letra fue desarrollada en base a un ecosistema de información; es decir una plataforma que interactúa continuamente y se complementa con las experiencias de Diario El Comercio y ANDES.

4.2. Diseño



La Mala Letra es un documento de información electrónica capaz de contener texto, sonido, video, programas, enlaces, imágenes y aplicaciones de la web 2.0.

El diseño está pensado para atraer la atención de los usuarios, incrementando el número de lectores y por informar a un mayor número de personas.

La web es el rostro de sus gestores y por ello la imagen que proyecta posee diseños y gráficos que no entran en contradicción con los colores de las letras, color del fondo, textos y errores cromáticos.

Tal y como presentan sus diseños Diario El Comercio y ANDES, el diseño de La Mala Letra está concebido para todo tipo de usuarios y plataformas, con ilustraciones bien organizadas y representadas. Las imágenes colocadas son de alta calidad.

4.3. Estructura técnica

La Estructura técnica de la Mala Letra se adapta a las nuevas tendencias de las tecnologías de la información y comunicación y consta de:

- **Hosting:** El sitio web está alojado en un hosting confiable, con medidas de seguridad y de gran capacidad. El mismo tiene la función de tener al portal operativo las 24 horas del día, durante los 365 días del año, con un 99,9% de operatividad visible para que cualquier ciudadano del mundo pueda acceder a los contenidos.

El hosting tiene un gran ancho de banda y es de espacio en disco flexible para tener servicios de alta calidad con muy buena velocidad de descarga y un Panel de Control completo, intuitivo y completamente seguro.

- **Dominio:** El tipo de Dominio que tiene el sitio Web es: www.lamalalettra.com
- **Plataforma:** La página La Mala Letra está soportada sobre un formato HTML 5 WordPress para tener una página dinámica que responda a las necesidades comunicacionales de los autores y brinde todas las seguridades que se requiere.

La navegación es interactiva y reduce el número de pasos necesarios para encontrar la información requerida. La plataforma optimiza las páginas para lograr una misma proporción y distribución gráfica de todos sus elementos en cualquier visualizador.

Cuenta con un Gestor de Contenidos (CMS) moderno, de fácil uso y multiplataforma para publicar noticias e información en forma totalmente

autónoma mediante el upload de textos, documentos PDF, Documentos Office, audios, videos y fotos.

4.4. Contenido de La Mala Letra

La plataforma digital La Mala Letra está dividida en seis espacios periodísticos que son: Crónicas, Entrevistas, 2.0, Reseña, Reportajes, y Blogs. Estos espacios a su vez recaen sobre la página de inicio del sitio web y son actualizados constantemente.

Los espacios son herramienta multimedia que difunden imágenes, videos y textos periodísticos de alta calidad con la temática de periodismo de autor.

En la Mala letra algo importante es anotar que no es lo mismo escribir para la versión impresa que para la versión digital. Las notas de ambos soportes, si bien deben seguir las mismas reglas generales de la contrastación y verificación de fuentes, así como de titulación, uso de comillas, cursivas y estilo en general, y de correcta escritura, tienen algunas diferencias, pues, en la mayoría de los casos, los lectores son distintos.

A continuación se presentan algunas de las características especiales que se debe considerar al escribir una nota en la web:

- Las notas de la página web deben ser originales y no copias literales de los textos de la versión impresa o de las notas de agencias.
- Si bien se escribe en primer lugar para el lector, las notas de la versión web también deben considerar el posicionamiento en los buscadores, para esto es necesario que se escriban frases completas en las que se destaquen las palabras claves.

- Los titulares de la web deben ser cortos, concisos y descriptivos. Se debe tomar muy en cuenta que son el enlace a la nota. Si el titular no es informativo y no tiene suficiente enganche, el lector no accederá a la nota, por más interesante o trascendente que sea la información.
- Los títulos deben ser independientes, es decir, deben ser entendidos fuera del contexto de la nota.
- Según varios estudios de lectura en la web, el lector se concentra, en primer lugar, en la parte izquierda superior de una nota, por lo tanto, es necesario procurar que el título se inicie con la palabra clave de la noticia. En estos casos, aunque no es lo ideal, se permite utilizar la voz pasiva para los títulos.
- Debido a que los títulos se leerán en diferentes dispositivos, es importante que no tengan muchas palabras, pues, dependiendo del dispositivo, el título puede aparecer cortado.
- Las frases de las notas deben ser cortas y debe evitarse, en lo posible, utilizar demasiados incisos explicativos. Es recomendable que tengan, como máximo, de 50 a 70 palabras.
- Los párrafos, al igual que las frases, deben ser cortos y referirse a una sola idea. Es recomendable que los párrafos no tengan más de cinco oraciones.
- Los enlaces son fundamentales para la escritura en la web, pues permiten al lector remitirse a información que pueda resultar interesante, y, además, alivian la carga de texto de una nota. Por lo tanto, es recomendable incluir enlaces que lleven a otras notas del diario, a definiciones, a biografías de los personajes, etc.

- Los enlaces, además, aportan transparencia y contextualización a la información, y son una excelente manera de validar las fuentes de la nota.
- Las palabras o frases ancla, es decir, aquellas que llevarán el enlace hacia otra información, deben resaltarse con un color distinto y debe comprobarse constantemente que los enlaces no estén rotos.
- Se recomienda segmentar la información mediante subtítulos cada tres o cuatro párrafos, pues su uso contribuye a aligerar la lectura.
- Los marcadores tipográficos, como las negritas o las cursivas, ayudan a resaltar la información relevante y a captar la atención del lector; por lo tanto se recomienda el uso, especialmente de negritas, para palabras o frases claves.
- Aunque es necesario el uso de enlaces y resaltes tipográficos, no debe abusarse de ellos. En cada párrafo deberá haber, a lo sumo, tres de ellos.
- El lenguaje en la web debe ser sencillo y estándar, pues se debe considerar que los textos serán leídos por personas de todo el mundo. Debe evitarse entonces el uso de localismos y palabras demasiado largas.
- Se recomienda que las notas estén acompañadas de información gráfica adicional, como imágenes, cuadros, fotografías, videos, etc. Estos recursos gráficos deben ser accesibles desde cualquier dispositivo y, obviamente, cada uno deberá llevar su respectivo crédito.
- Las etiquetas que acompañen a las notas deben contener palabras claves que orienten al lector (y a los buscadores) acerca del contenido de la nota. Dentro de

las palabras claves (que no deberán ser más de cinco) no deben escribirse vocablos de la misma familia.

4.5. Promoción de La Mala Letra

Las promoción de La Mala Letra será en redes sociales por ser un recurso fundamental para compartir noticias y tomar el pulso de lo que se quiere comunicar.

Las redes oficiales de la Mala Letra son:

Facebook: <https://www.facebook.com/lamalalettra?fref=ts>



Twitter: https://twitter.com/La_Mala_Letra

Inicio Notificaciones # Descubre Cuenta

LA mala LETRA

TWEETS 109 FOTOS/VIDEOS 21 SIGUIENDO 45 SEGUIDORES 147 FAVORITOS 4 Más

La Mala Letra @La_Mala_Letra
-Plataforma de periodismo de autor- Crónicas, reseñas, entrevistas, música, cine, arte, investigación, 2.0 y sociedad.
Quito
lamalaletra.com

Tweet para La Mala Letra

Tweets Tweets y respuestas

Retwitteado por La Mala Letra
ME @Marcos_Ech · 9 de jul.
Sí, @Milenelarsson, periodista de VICE, es una tipasa. Lea la entrevista d @La_Mala_Letra y valore su gran trabajo- bit.ly/1xPtRes

Retwitteado por La Mala Letra
Valentín Díaz Enos @Diaz_Enos · 9 de jul.
Tremenda entrevista a @Milenelarsson en @La_Mala_Letra. Algún día quiero ser un periodista de esa calaña: goo.gl/kdZQdL

A quién seguir · Refrescar · Ver todos

- CNEGalapagos @CNEGalap... Seguido por Telerama isomo... Seguir
- Denisse Robles @denisse_ro... Seguido por Gobernación M... Seguir
- Jorge Piedra Cardoso @jorg... Seguir

Cuentas populares · Encontrar amigos

SoundCloud: <https://soundcloud.com/lamalaletra>

Stream Explore Search Go Pro Upload CFN Ecuador

LA mala LETRA

La Mala Letra Quito, Ecuador
1 | 1
Follow

Facebook Twitter YouTube Block LaMalaLetra

La Mala Letra
Bomba Estéreo - Lilliana Saumet 6 months #Entrevista
35 | 1 | 14

La Mala Letra
Intervú 6 months
35

Become a Pro
Try a Pro plan to better understand & build your audience.

1 playlist View all

La Mala Letra Intervú

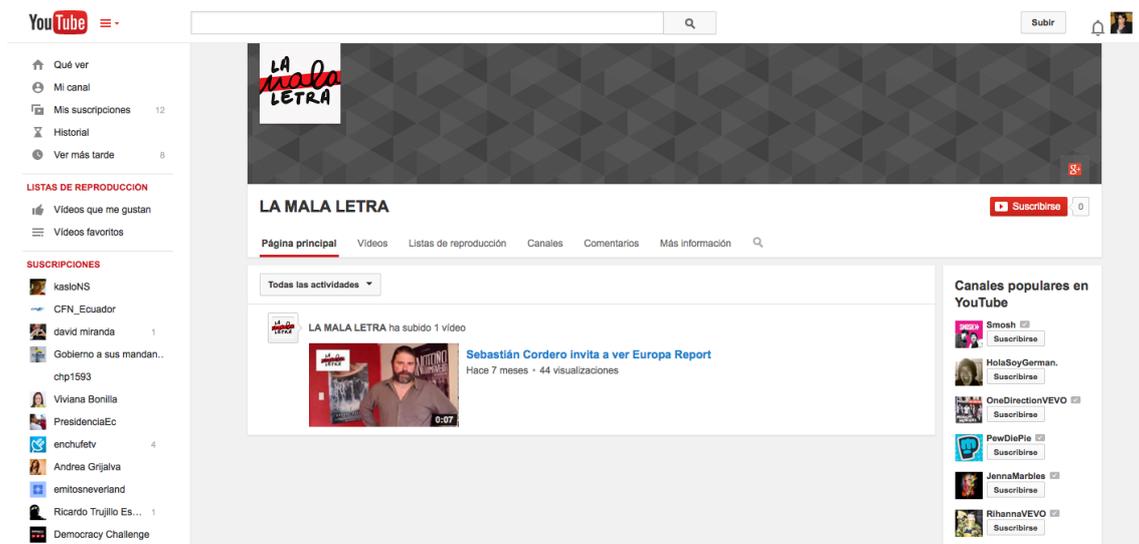
14 comments View all

on Bomba Estéreo - Lilliana Saumet 6 months "Un sentimiento"

on Bomba Estéreo - Lilliana Saumet 6 months "rumba, no mentira! Felicidad, tranquilidad."

on Bomba Estéreo - Lilliana Saumet 6 months "felicidad"

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC2OI-hSu3Gr_Le1s-DqgNIQ



La estrategia de promoción en redes sociales se basa en el crecimiento de seguidores y comunidades a través de Facebook y Twitter.

Las propuestas se concentran en :

- Cuentas Promocionadas que proporcionan la construcción de audiencias y expande la presencia con Tweets Promocionados y Pautas en Facebook.
- Los temas socializados se enfocan en promocionar información que influya en el comportamiento y conocimiento del ciudadano, esto motiva conversaciones en tiempo real.
- Las conversaciones serán con los usuarios a través de las Redes serán públicas, abiertas y sin filtro permitiendo a la ciudadanía interactuar con los temas del interés del Gobierno.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El periodismo digital ha ganado un espacio innegable en la vida social a nivel mundial, siendo el uso de las redes sociales y sus aplicaciones una de las novedades tecnológicas que han revolucionado todos los aspectos actuales, en especial aquellos que hacen referencia a la búsqueda y difusión de la noticia.

El internet y los medios de comunicación se han revelado como el campo de mayor crecimiento y desarrollo del periodismo, de forma tal que muchos periódicos impresos han dejado de publicarse o han disminuido notablemente sus impresiones, pues existe una mayor aceptación por parte de los lectores de la información digital antes que la información impresa.

La masificación del internet a todos los niveles y estratos sociales ha traído como consecuencia el incremento de la búsqueda de información a través de medios digitales, de forma tal que en la actualidad la mayoría de los lectores prefieren acceder a la información a través de tales medios tecnológicos dadas las facilidades y ventajas que ofrecen los mismos.

Actualmente, a pesar de existir un uso extensivo de los periódicos digitales en Ecuador, falta difusión y conocimiento de la existencia de periódicos digitales en internet entre la población ecuatoriana, principalmente personas de edad media y adultos.

Ecuador es un país en vías de desarrollo, en el cual los medios de comunicación digital y las redes sociales cuentan con el apoyo y preferencia de la mayoría de los lectores, aunque persiste un estrato compuesto principalmente por generaciones de adultos y

adultos mayores que aun prefieren la información impresa; sin embargo, las nuevas generaciones inclinan sus preferencias a la búsqueda de información a través del internet y redes social y por consecuencia al periodismo digital.

La sociedad ecuatoriana hace un uso intensivo del internet como medio de consulta y búsqueda de información, pero no existe un hábito por parte de la mayoría de los ecuatorianos de utilizar la prensa digital como medio de información.

Si bien es cierto que las redes sociales acaparan la atención de la juventud ecuatoriana, generaciones anteriores aún se actualizan en la utilización de tales medios tecnológicos y no poseen las habilidades y destrezas necesarias como para lograr un uso intensivo del internet y redes sociales en el uso y búsqueda de la información.

Los avances científico técnicos y tecnológicos actuales son elementos que exigen una mayor preparación de los comunicadores sociales con el objetivo de hacer un uso adecuado de dichos avances, situación que actualmente no se satisface por completo y persiste falencias y deficiencias en la preparación de los comunicadores sociales.

Existe una necesidad de actualización y profundización en los conocimientos y habilidades de los comunicadores sociales en la utilización de las redes sociales y herramientas del internet, con la finalidad de elevar la calidad y rigor periodístico, logrando por ende una mayor calidad en el ámbito noticioso ecuatoriano.

La mayoría de la población reconoce el protagonismo e importancia de las redes sociales en la difusión de las noticias tanto nacionales como internacionales, existiendo en el presente una infraestructura digital periodística poco desarrollada y con poco personal profesional dirigido a esta rama de la información.

El constante desarrollo de las tecnologías digitales y redes sociales, así como la aceptación e interés de los lectores por la noticia difundida en tales medios, será el principal incentivo para los comunicadores sociales con vistas a lograr realizar una actividad periodística que supla las necesidades y requerimientos de la noticia y sus lectores.

Las redacciones de Diario El Comercio y la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES hacen un uso intensivo de las redes sociales en la búsqueda y captación de noticias e informaciones de última hora, pero no existe una interacción activa entre los comunicadores y los lectores.

El periodismo digital entre sus ventajas y características resalta la necesidad de un intercambio entre el emisor de la noticia y el receptor de la misma de forma tal que se establezca un sistema de retroalimentación que permita al comunicador social corregir, mejorar e incrementar el nivel periodístico de tal modo que capte el interés y atención permanente de los lectores.

El periodismo convencional mantiene plena vigencia y aceptación en la actualidad, aunque es de destacar que ha disminuido el número de periódicos y revistas editadas, por su parte el periodismo digital crece constantemente y gana lectores pero ambos tipos de periodismo se complementan y comparten un público que los considera parte integrante e indivisible de la noticia.

Recomendaciones

Realizar campañas de difusión e información dirigidas a los sectores de edad media y adulta de la población ecuatoriana que hacen un uso menos intensivo del internet que las generaciones jóvenes para de esta forma dar a conocer la existencia de periódicos digitales en los cuales puedan acceder a una información de última hora.

La información y educación de la población ecuatoriana en el uso del internet y las redes sociales es la impronta del presente con el objetivo de incrementar la capacidad de información y el intercambio de noticias de una manera expedita.

Capacitar a la población ecuatoriana en la utilización y conocimiento de las herramientas del internet para de esta forma lograr mejores índices de navegación en la web y como consecuencia la adquisición e intercambio de información actualizada.

Erradicar el analfabetismo digital y de uso de las redes sociales, haciendo hincapié principalmente en las generaciones jóvenes, garantizará una mayor difusión y aceptación del periodismo digital a corto plazo, lográndose de esta forma la masificación de la noticia digital.

Incrementar el rigor y exigencia en la forma profesional de los futuros comunicadores sociales del Ecuador con el objetivo de brindar una información digital de calidad que alcance los estándares internacionales de calidad exigidos por los lectores actualmente.

La constante capacitación de los comunicadores sociales es el principal elemento que garantizará la calidad de la noticia y como resultado la aceptación del periodismo digital y la preferencia de los lectores, sobre otros medios de difusión noticiosos.

Crear nuevos periódicos digitales y espacios de intercambio de noticias nacionales en redes sociales que permitan una mayor agilidad periodística y como resultado un mejor nivel informativo de la población ecuatoriana.

La diversidad periodística digital es un elemento que asegurará la captación de los diferentes estratos sociales, así como diversos intereses sociales los cuales podrán ver satisfechas sus exigencias y necesidades noticiosas, además de identificarse con la labor periodística digital.

Crear los mecanismos y estrategias necesarias en las redacciones de periódicos digitales que permitan un intercambio constante y fluido entre periodistas y lectores que incrementen la calidad y el rigor periodístico.

El constante intercambio entre el comunicador social y los lectores es la herramienta que garantizará la permanente innovación y mejora en la labor periodística con el objetivo de garantizar la satisfacción de las exigencias y requerimientos de los lectores y del mismo modo su constante atención y seguimiento.

Bibliografía

- Correa, G. (2012). El concepto de mediación técnica en Bruno Latour. *Psicología, Conocimiento y Sociedad* , 3.
- Iñiguez, L. (2007). *Nuevos debates, nuevas ideas y nuevas prácticas en la Psicología Social de la era "post-construccionista*. Barcelona: Fermentum.
- Museo de la comunicación. (19 de Junio de 2012). *La aldea tribal: Etapa pre-alfabética*. Recuperado el 21 de Abril de 2014, de La aldea tribal: Etapa pre-alfabética: <http://proyectosaulicos.idoneos.com/index.php/365096>
- Briggs, A., & Burke, P. (2006). *De Gutenberg a la internet: una historia social de los medios de comunicación*. México: Taurus.
- Gutenberg, J. (19 de Febrero de 2004). *Gutenberg y la imprenta*. Recuperado el 21 de Abril de 2014, de Gutenberg y la imprenta: <http://www.biografiasyvidas.com/monografia/gutenberg/imprenta.htm>
- Fernández, T., & Agustín, G. (2010). *Medios de comunicación, sociedad y educación*. España: Universidad de Castilla - La Mancha.
- Vergara, A. (2009). Nuevas tecnologías y su impacto en la educación. *Pensamiento Educativo* , 24-27.
- Eurasquín, L., & Vázquez, M. (1988). *Los teleniños*. México D.F.: Laíá S.A.
- Sánchez, D. (2012). *El periodismo digital, Una nueva etapa del periodismo moderno**. Santiago de Chile: Madfle.
- Martínez, J. L. (2009). Periodismo digital. *Revista Mexicana de Comunicación* , 12.
- Fernández, L. (2011). *Desafíos del periodismo digital*. México D.F.: Trillas.
- Cueva, R. (2011). *La revolución de los mass media*. Barcelona: Cervantes.
- Rueda, A. (2012). *Flores a la tecnología comunicacional*. Chiguagua: Trillas.
- Salvat, G., & Serrano, V. (2011). *La revolución digital y la sociedad de la información*. Madrid: Comunicación social.
- Castro, P. (2011). *La labor periodística*. Cuenca: Mansión.
- Cervera Fantoni, Á. L. (2004). *Comunicación total*. Madrid: Gran angular.
- Gomis, L. (1991). *La comunicación de masas*. México D.F.: Trillas.
- Salvatierra, F. (2005). *Prensa y Comunicación*. Madrid: Pabellón Azul.
- Gillmor, D. (2004). *Periodismo ciudadano*. Barcelona: Cervantes.
- Beltrán, G. (2013). *Geolocalización y redes sociales: un mundo social, local y móvil"*. Buenos Aires: Colima.
- Díaz, J., & Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Salaverría, r. (2005). *Diez años de cibermedios*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Villalobos, F., & Montiel, M. (2005). Retos y desafíos. Periodistas para la era digital. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 092 , Ecuador.
- López, X. (2008). *Fortalezas del Ciberperiodismo, para la Cobertura de la Información de Proximidad*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- García, A. (2007). *Aproximaciones al Periodismo Digital*. Madrid: Dykinson.
- Santos, K. (16 de Junio de 2010). *Sociedad de la Información – Nuevas Tecnologías*. Recuperado el 28 de Abril de 2014, de El periodismo móvil se multiplica en Asia: <http://www.periodistas-es.org/nuevas-tecnologias/el-periodismo-movil-se-multiplica-en-asia>
- Navarro, L. (2001). *Los periódicos On Line, sus características, sus periodistas y sus lectores*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

- Navarro, L. (2002). *El futuro de los periódicos online*. México D.F.: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Vinueza, L. (26 de Abril de 2010). Medios de comunicación móvil. (A. Rodríguez, Entrevistador)
- Castells, M. (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. México D. F.: Fundación telefónica Ariel.
- Larrondo, A. (2005). Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada. *Ámbitos* , 155 - 175.
- Jeff Jarvis, C. K. (2012). *The Impact on Twitter on Journalism*. Washinton: PBS Digital Studios: Off Book.
- Franco, G. (2009). *Cómo escribir para l Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Austin: Universidad de Texas.
- Franco, G. (2009). *Cómo escribir para l Web. Bases para l discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Austin: Universidad de Texas.
- Echegoyen Olleta, J. (4 de Junio de 2012). *DICCIONARIO DE PSICOLOGÍA CIENTÍFICA Y FILOSÓFICA*. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de Método Histórico: <http://www.e-torredabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Historico.htm>
- Universidad de Palermo. (2013). *Las citas de fuentes de información y algunas normas de estilo*. Córdoba: Universidad de Palermo.
- Flores Olave, L. (22 de Octubre de 2010). *Objetividad, exactitud y veracidad periodística*. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de Objetividad, exactitud y veracidad periodística: <http://luisfloresolave.blogspot.com/2007/10/objetividad-exactitud-y-veracidad.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD METROPOLITANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Anexo 1 Encuesta dirigida a la Población Quiteña

Objetivo:

Determinar la necesidad de implementar un modelo de periodismo digital para compartir información a través de internet y redes sociales. Estudio de caso: Diario El Comercio y la Agencia de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES).

Instrucciones:

Señor/a. sírvase leer con atención este cuestionario y marque con una X la respuesta que considera apropiada.

1. **¿Cuál es la edad a la que pertenecen los individuos que con mayor frecuencia utilizan las redes sociales?**

14 a 20 años 21 a 39 años 40 años o más

2. **¿Cuál es el sexo al pertenecen los individuos que con mayor frecuencia utilizan las redes sociales?**

Masculino Femenino

3. **¿Qué medio digital utiliza con mayor frecuencia para acceder a información noticiosa?**

Radio Prensa Televisión

4. **¿Qué periódico digital visita usted en redes sociales?**

El Comercio	<input type="checkbox"/>	Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES	<input type="checkbox"/>
Ecuadorinmediato	<input type="checkbox"/>	Hoy	<input type="checkbox"/>
El Universo	<input type="checkbox"/>	El Ciudadano	<input type="checkbox"/>

5. **¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para acceder a información noticiosa?**

Todos los días	<input type="checkbox"/>	De lunes a viernes	<input type="checkbox"/>
Sábado y domingo	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>

6. **¿Considera usted importante la difusión de noticias a través de las redes sociales?**

Si No

7. **¿Considera usted necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento de las redes sociales?**

Si No

8. **¿Considera usted necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales para de esta forma lograr mayores niveles informativos?**

Si No

Gracias por su ayuda

Anexo 2 Entrevista realizada a Susana Morán Coordinadora de Diario El Comercio online y Cristian Bermúdez Coordinador de la Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica ANDES online.

1. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para recabar y difundir información noticiosa?

2. ¿Considera usted importante la difusión de noticias a través de la página web y redes sociales?

3. ¿Considera usted necesaria una mayor preparación de los comunicadores sociales en el uso, manejo y conocimiento del periodismo digital y redes sociales?

4. ¿Considera usted necesario que todos los medios de comunicación nacionales incrementen el uso de las redes sociales para de esta forma lograr mayores niveles de audiencia?

5. ¿Considera usted que el uso de las redes sociales incrementaría el número de lectores de sus medios de comunicación?

6. ¿Considera usted importante la aplicación permanente de las nuevas tecnologías en las redes sociales?

Gracias por su ayuda

Anexo 3 Redacción



3

³ Redacción



4

Anexo 4 Versión digital Diario El Comercio

⁴ Redacción

CON CLARO ESTÁS EN

Doris López: 'Siempre les digo que el estudio es primordial'

Simón Bolívar: una corriente política que se replantea

Puentes, paredes y muros, pizarrones del amor

Exvicealcadesa Esther Arce estuvo en tres partidos políticos



KIA
The Power to Surprise

Cotízalo aquí

*Aplica condiciones y restricciones

Conoce aquí nuestros equipos con precios *¡especiales!*

5

⁵ Versión digital de Diario El Comercio, www.elcomercio.com

facebook

Correo electrónico o teléfono

dominguincuba@hotmail.com

Contraseña

Iniciar sesión

No cerrar sesión

[¿No puedes iniciar sesión?](#)



El Comercio del Ecuador
está en Facebook.

Para conectarte con El Comercio del Ecuador, crea una cuenta en Facebook.

Regístrate

Iniciar sesión

El Comercio del Ecuador

A 6228 personas les gusta esta página · 22 personas están hablando de esto

Sitio web de noticias/prensa

El Comercio del Ecuador, es un semanario de formato tabloide de distribución gratuita dirigido a los inmigrantes ecuatorianos que residen o trabajan en Madrid, ampliando la

Información

Nuevos Talentos
Ecuatorianos

Estamos buscando ,
nuevos talentos de la

Notas 49

Me gusta 6228

Me gusta

EL COMERCIO
REGALAMOS
2 Entradas
al concierto
de Ruben Blades
12 Julio- Madrid

Eventos



Fotos

6

⁶ Versión para redes sociales Facebook: <https://es-la.facebook.com/Diarioelcomercio>

facebook

Correo o teléfono: Contraseña:

No cerrar sesión ¿No puedes iniciar sesión?

GUAYAQUIL

DE MIS AMORES #GYEdemisamores

El Comercio
Periódico

Biografía Información Fotos Opiniones Más ▾

PERSONAS >

★★★★★
362 360 Me gusta
5732 visitas

INFORMACIÓN >

El Diario informativo más comprometido con la gente de Ecuador.
<http://www.elcomercio.com.ec/>
[http://twitter.com/#j/Elcomercio.com ...](http://twitter.com/#j/Elcomercio.com...)
 MÁS INFORMACIÓN

desde scontent-a-mia.xx.fbcdn.net...

El Comercio
23 de Julio

Un proyecto fotográfico que será publicado en nuestro sitio web <http://www.elcomercio.com/>. ¡Te invitamos a ser parte de él!

¿Tienes un trabajo o hobby en común con tu familia? Inscríbela y únete a esta gran iniciativa. Acá puedes ver a las primeras familias participantes y registrarte » <http://bit.ly/EnFamiliaEC>

ES Esp

⁷ Actualización de información constante en redes sociales facebook

GUAYAQUIL
DE MIS AMORES #GYEdemisamores

EC
COM

TWEETS 121K FOTOS/VIDEOS 7 923 SIGUIENDO 6 479 SEGUIDORES 353K FAVORITOS 608 Más ▾ Seguir

EComercioEcuador
@elcomercio.com
El Diario informativo más comprometido con la gente de Ecuador.
Ecuador
elcomercio.com
Se unió en abril de 2008

Tweets Tweets y respuestas

Tweet fijado
EComercioEcuador @elcomercio.com · 23 de jul.
#ViveAMil cada día, con cada experiencia y vivencia, con todo cuanto sucede en el mundo bit.ly/ViveAMil

Ver más fotos y videos

EComercioEcuador @elcomercio.com · 4 min
Un fanático de Mario Bros completó el #videojuego en menos de 5 minutos (Video)
» bit.ly/5MarioB

No te pierdas ninguna actualización de EComercioEcuador

Nombre completo

Correo electrónico

Contraseña

Regístrate en Twitter

© 2014 Twitter. Sobre nosotros Ayuda Información sobre anuncios

Mostrar escritorio

Conectando a aqn.mapdiv.net...

Anexo 5 Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica ANDES



[Actualidad](#) [Economía](#) [Política](#)



2 horas 18 mins

La OM s pide un corredor humanitario para evacuar a los heridos en Gaza



La Organización Mundial de la Salud confirma un brote de

2 horas 49 mins

Foto-reportaje del día: Mujeres contra el crimen sobre ruedas



"Llegamos donde los patrulleros no pueden" Substituta

Ricardo

VIDEOS

audios

Homenaje a Guayaquil en sus Fiestas Julianas:

Sirenas en el río, alegría y col



⁸ Versión digital. www.andes.info.ec

facebook

Correo o teléfono

Contraseña

dominguincuba@hotmail.com

No cerrar sesión

[¿No puedes iniciar sesión?](#)



Agencia Pública de Noticias del Ecuador

Medios/noticias/editorial

Biografía

Información

Fotos

Me gusta

Más ▾

PERSONAS

25 049 Me gusta

INFORMACIÓN

ANDES - Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica www.andes.info.ec

<http://www.andes.info.ec/>

APLICACIONES



Últimas Noticias

Agencia Pública de Noticias del Ecuador ha compartido un enlace.
hace 19 horas

Con 91 votos la Asamblea Nacional aprueba el Código Monetario y Financiero



9

⁹ Versión redes sociales Facebook. <https://es-la.facebook.com/agenciaandes>

The image shows the YouTube channel page for 'andesecuador'. At the top, there is the YouTube logo, a search bar, and buttons for 'Upload' and 'Sign in'. The channel banner features the 'andes' logo with the text 'Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica' and 'portavoz de la nación ecuatoriana'. Below the banner, the channel name 'andesecuador' is displayed, along with a 'Subscribe' button and a subscriber count of 3,922. A navigation menu includes 'Home', 'Videos', 'Playlists', 'Channels', 'Discussion', and 'About'. The main content area shows a video thumbnail with the 'andes' logo and the title 'ANDES NOTICIAS' with 715 views and 2 months ago. To the right, there is a 'Related channels on YouTube' section listing several channels with their respective logos and 'Subscribe' buttons.

10

¹⁰ Versión para redes sociales. <http://www.youtube.com/user/andesecuador>

