UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

Trabajo de tesis previo a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTORA:

Alicia Soledad Torres Calva

DIRECTORA:

Lic. Isabel María Enrríquez Jaya Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN

Lic. Isabel María Enrríquez Jaya Mg. Sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, titulada: **ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA,** de autoría de la señorita Alicia Soledad Torres Calva. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se asigne para el efecto.

Loja, 16 de junio del 2016

Lic. Isabel María Enrríquez Jaya Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Alicia Soledad Torres Calva, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos por acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la misma en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Firma: .....

Cédula: 070598493-8

Fecha: 16 de junio del 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Alicia Soledad Torres Calva, declaro ser la autora de la tesis titulada: **ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.**como requisito para optar por el grado de: Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la produción intelectual de la Universidad a traves de la visivilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tengan convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los dieciséis días del mes de junio del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: .....

Autor: Alicia Soledad Torres Calva

Cédula: 070598493-8

Direccion: Loja, Barrio San Pedro (calles: Argetina Paraguay y Brazil)

Correo electronico:aliciasoledadtorres15@gmail.com

Celular: 0959060283

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis: Lic. Isabel María Enríquez Jaya Mg. Sc.

Presidente: Lic. Sybel Ontaneda Andrade Mg. Sc.

Primer vocal: Lic. Hever Sánchez Martínez Mg. Sc.

Segundo vocal: Lic. Pedro Monteros Valdivieso Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la Universidad Nacional de Loja, al Área de la Educación el Arte y la Comunicación y a la Carrera en Ciencias de Comunicación Social por haber brindado los instrumentos necesarios para poder realizar los estudios que me llevan hacia mi profesión de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Así mismo hago llegar mis agradecimientos a los docentes, que aportaron con mi aprendizaje con sus conocimientos guiándome en los años de estudio.

A la Mg. Isabel María Enrríquez por la dirección de este trabajo investigativo. Y muy especialmente al Dr. Milton Andrade Tapia, por la coordinación del proyecto y proceso de la tesis, llegándola a desarrollar gracias a su dirección durante los dos últimos ciclos de estudio.

A los directivos de los diarios La Hora-Loja y Centinela, por la apertura brindada para la recolección de la información de la presente investigación.

Los agradecimientos más sinceros a mi familia, compañeros y amigos, por el apoyo brindado en estos cuatro años de estudio.

Alicia Torres

DEDICATORIA

Con infinito amor, cariño y sinceridad, dedico mi trabajo investigativo a mis, padres y hermanos que me supieron apoyar en estos cuatro años de estudio. A mis compañeros, amigos y docentes por su apoyo y conocimiento compartido.

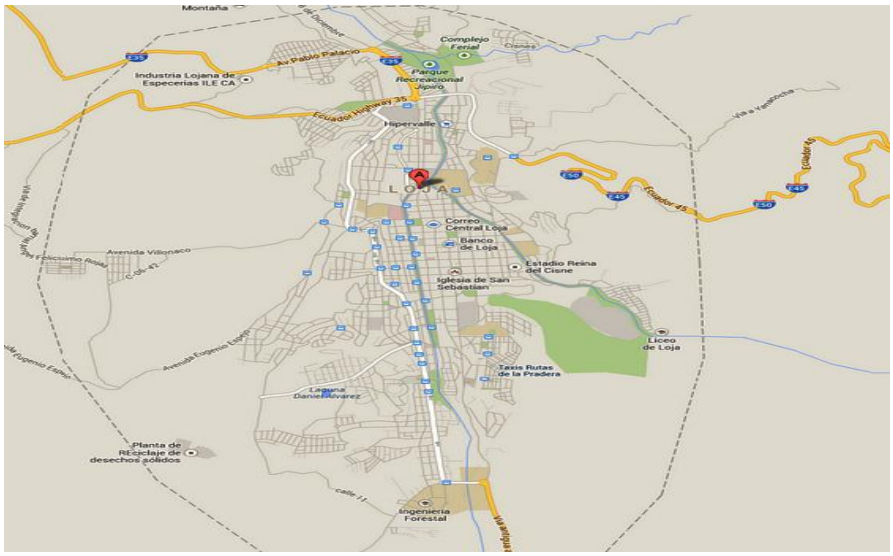
Alicia Torres

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

AMBITO GEOGRAFIO DE LA INVESTIGACION											
BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA/NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO							
	Alicia Soledad Torres Calva			NACIONAL	REGIONAL	CANTÓN	PROVINCIA L	PARROQUIA	BARRIOS COMUNIDADES	OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
TESIS	ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.	UNL	16 de junio del 2016	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	EL SAGRARIO, SUCRE, SAN SEBASTIÁN, EL VALLE	CENTRO DE LA CIUDAD DE LOJA	CD	**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
UBICACIÓN GEGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN: CENTRO DE LA CIUDAD



ESQUEMA DE TESIS

i. PORTADA
ii. CERTIFICACIÓN
iii. AUTORÍA
iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
v. AGRADECIMIENTO
vi. DEDICATORIA
vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
ix. ESQUEMA DE TESIS

a. TÍTULO
b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLES) SUMMARY
c. INTRODUCCIÓN
d. REVISIÓN DE LITERATURA
e. MATERIALES Y MÉTODOS
f. RESULTADOS
g. DISCUSIÓN
h. CONCLUSIONES
i. RECOMENDACIONES
    - PROPUESTA ALTERNATIVA
j. BIBLIOGRAFÍA
k. ANEXOS
    - PROYECTO DE TESIS
    - OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

b. RESUMEN

La presente investigación nace con la necesidad de conocer el proceso de la información e interactividad en las versiones digitales de los diarios La Hora-Loja y Centinela, para determinar el desarrollo del ciberperiodismo en la ciudad de Loja. El estudio cuenta con conceptos sobre las características del periodismo digital, como también sus inicios, elementos y tendencias, así mismo el análisis de los portales web, contenido, secciones, información publicada y páginas de redes sociales, así como también el aporte de los especialistas en el ciberperiodismo Dr. Ramón Salaverría y la Mg. Sandra Crucianelli, también destacamos las opiniones del Lic. Boris Sarango e Ing. Bolívar Loján, como conocedores del tema ya que se dedican a elaborar y publicar información digital ingresando diariamente a estos diarios virtuales. También la versión de los encargados de elaborar y publicar la información en estos portales web y la opinión de la ciudadanía lojana, recolectada por medios de encuestas en cuanto a las versiones digitales de los diarios estudiados.

Palabras claves: Ciberperiodismo, interactividad, la internet, Periodismo digital, versiones digitales.

SUMMARY

This research is born with a need to know about the process of digital information in virtual versions of the daily La Hora-Sentinel Loja and Loja and interactivity with the public. The study has ideas about the characteristics of digital media, as well as the beginning, elements and trends, also the analysis of web portals, content sections, published information and social networking sites, as well as input from specialists in online journalism Dr. Ramón Salaverría and Mg. Sandra Crucianelli also highlight the views of Lic. Boris Sarango and Ing. Bolívar Lojan as knowledgeable on the subject and who are dedicated to developing and publishing digital information entering daily to these websites and how could it miss version-makers and post the information on these websites and the version of citizenship lojana as to the digital versions of newspapers studied.

Keywords: digital journalism, digital versions, interactivity, online journalism, the internet.

c. INTRODUCCIÓN

El periodismo digital ha cruzado continuos cambios a lo largo de la historia. Cambios que han traído ventajas y desventajas en la profesión como a los profesionales, estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances y desarrollo tecnológico.

Cuando hablamos de ciberperiodismo nos referimos a investigar, analizar y proporcionar un formato digital adecuado, para luego publicarlo en la internet utilizando elementos como aplicaciones que faciliten al lector informarse de una manera inmediata, completa y fácil a diferencian del medio impreso.

El portal web "Periodismo Digital" nos narra que los diarios estadounidenses son los primeros en incorporar sus versiones digitales en el año 1993.El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital viendo en ello una nueva representación de llegar a sus audiencias de una manera rápida y económica.

En el Ecuador a partir de los años 90 muchos de sus diarios impresos adaptaron a su versión digital siendo el primero el diario Hoy,en su inicio con publicación impresa incorporando la versión digital. Uno de los primeros que nació como diariodigital es

¨Ecuador Inmediato¨. Otros medios impresos que incorporaron su versión online fueron, el Comercio, el Universo y La Hora-Loja, siendo el primero a nivel de ciudad, para luego fue seguido por Crónica de la Tarde en el 2008 y Centinela en el 2011. En la actualidad podemos encontrar varias páginas dedicadas a difundir información a cargo de personas que en algunos casos son periodistas y otros por el simple hecho de informar, tales como: Miprimerreporte.com, Lo del Momento Loja y MiRegion.com.

Con los avances tecnológicos y el aumento de personas en red los diarios se vieron obligados a incursionar en medios digitales para no perder vigencia ya que las nuevas generaciones son usuarios permanentes de las redes sociales y paginas online tanto para ocio como para búsqueda de información. Es por esto que los diarios impresos crearon su versión digital de ahí que, no solo se trata de publicar contenido informativo, si no que tienen que cumplir con ciertos elementos que la internet nos ofrece y nos exige para poder llegar a tener un diario digital de calidad.

La información digital producida por los diarios estudiados presenta múltiples dificultades al momento que el usuario ingresa a la plataforma, esto se debe a la escasa producción digital, el poco uso de las herramientas digitales, la limitada facilidad de participación o interactividad de la comunidad como lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación en su art. 13, “Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación” es

por esto que las ediciones digitales de los diarios La Hora Loja y Centinela, se debe promover la participación de la ciudadanía.

También existe el limitado conocimiento sobre cómo llevar una versión digital de un diario ya que los profesionales que están a cargo de los portales web no son periodistas sino informáticos o con conocimientos en diagramación, en su mayoría los periodistas que laboran en estos diarios son tradicionales que no recibieron ningún conocimiento en su paso por las aulas universitarias en cuanto a medios digitales.

El periodismo digital se basa en elaborar información con características diferentes a las de un medio impreso apoyándose en la combinación de elementos como fotografía, audio, video, texto, vínculos y enlaces, brindando a las diferentes audiencias la facilidad de informase a través de la red, por medio de un dispositivo, como computadora, tables, celulares, entre otros, permitiendo compartir información y emitir su comentarios. Arpitesista de la Universidad de Cuenca Ecuador, menciona que "El periodismo digital permite hacer información a través del ciberespacio, los usuarios pueden producir y difundir diferentes tipos de contenidos". (Arpi, 2013, p.16). Como también es hacer información aprovechando las herramientas que nos ofrece la internet.

Para tener un concepto más amplio de periodismo digital fue necesario recurrir a los expertos Dr. Ramón Salaverría, profesor e investigador de periodismo, especializado en medios digitales en la Universidad de Navarra-España. Y la Periodista Sandra Crucianelli, profesora de la Universidad Pontificia Bolivariana-Argentina, aportando a

nuestro trabajo investigativo con definiciones y conceptos precisos sobre el ciberperiodismo, sus características, herramientas para su desarrollo y cuáles son las cualidades que debe tener un periodista digital para poder llevar acabo esta actividad en los portales web.

Como también tenemos conceptos y definiciones de la calidad de la información en medios digitales contrastado con los medios investigados, ya que los periodistas no realizan la noticia con los elementos y características de un medio digital, esta información es elaborada para un medio impreso, mencionando que los diarios estudiados no cuentan con redactores digitales o periodistas que se especialicen en ciberperiodismo como tal, es por esto que en los portales web de los diarios La Hora-Loja y Centinela es insuficiente la información que relate la noticia utilizando las cualidades de periodismo digital generando una limitada actualidad e interactividad.

Los métodos y técnicas de investigación que aplicamos en nuestro estudio ayudaron al cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto y la posible solución del problema, así como los conceptos, teorías planteadas, entrevistas a los diferentes actores que forman parte de la investigación aportaron a detectar el problema, su posible solución y profundizando en el tema investigado.

El resultado de la observación y monitoreo de los portales web, redes sociales de los diarios estudiados se plasmaron en fichas y tablas de contenido con sus respectivas categorías y características, esto nos ayudó a contrastar la calidad de la información

publicada en los mismos, con las teorías y conceptos planteadas por los expertos en periodismo digital.

En esta investigación también fue necesaria la opinión de los ciudadanos lojanos, basándose en un universo de población para la aplicación de encuestas a la ciudadanía, con algunas variables, como porcentaje de visitas y seguidores tanto en su versión digital como sus páginas de redes sociales, Twitter y Facebook.

Esto nos permitió saber que tanto por ciento de los encuestados ingresaron a las páginas web de los diarios estudiados, conocer su opinión en cuanto a la calidad de la información, actualidad, dinamismo y participación que estos generan.

Las discusión general se realizó en base al resultados de la aplicación de herramientas y técnicas de investigación, apoyándose en la teórica, basándonos en discutir si hemos cumplido o no los objetivos y el conocimiento de la problemática a profundidad, para luego pasar a las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados encontrados sobre el problema y sus diferentes causales.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

a. Las Tecnologías de la Información y Comunicación en Latinoamérica para la democratización de la comunicación electrónica

Los avances tecnológicos en Latinoamérica se han desarrollado notoriamente en el último siglo; en los diferentes campos y uno de ellos es la comunicación electrónica que han incentivando a los países a crear políticas, y formas de acceso a la internet y por ende a la comunicación e información conocidas en América Latina como las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC),que se han desarrollado significativamente en los últimos tiempos, como lo explican un grupo de investigadores de la Universidad de los Andes en la siguiente cita:

> Internet sugiere a los usuarios un estatus de horizontalidad nunca antes experimentado por ningún medio de comunicación. Una de las características elementales de la web es la comunicación de iguales a iguales "peer to peer", basada en el "compartir en Red". (Comunicacion Cultura y Sociedad, Grupo de investigacion, 2011,p.29)

Este grupo de investigadores nos brindan un concepto básico, de una forma general ya que en algunos países no se cumple la característica de lo que hablan los expertos debido a la limitación económica y con ello la falta de equipos técnicos que se necesita para tener acceso a este servicio.

El internet ha evolucionado de tal forma que ha marcado un hito en comunicación electrónica tal como lo mencionan Bonilla y Chiche: "Las nuevas tecnologías de la de la información y comunicación, especialmente la internet, que se caracterizan por la capacidad de expansión sin precedentes en la historia de la humanidad". (Bonilla & Cliche, 2001,P.17). Los autores nos mencionan que con el

tiempo el internet se ha ido democratizando de una forma expansiva como una necesidad de tener una sociedad informada.

En América Latina la democratizan de las TIC aún tiene sus falencias debido a muchos factores sea limitaciones económicos, técnicas o políticas gubernamentales que cada país implementa, un ejemplo de ello tenemos a Cuba que en pleno siglo XXI y en la era de las comunicaciones recientemente se inauguró el primer sitio wifi gratuito, como lo explica el diario digital en el siguiente apartado.

> Cuba recientemente inauguro su primer punto público de conexión wifi gratuita, ya que para el acceso al internet tenía un costo de $4.50 por hora en las salas de navegación que existen en el país, en centro cultural que gestiona el artista plástico Alexis Leyva, se ha convertido en el primer punto en ofrecer a los cubanos acceso inalámbrico gratuito a internet. Recuperado de (El Observador, 2015,31/04/20pm.). Una nueva revolución estalló en Cuba. http://www.elobservador.com.uy/noticia/301980/.

Es por esto que Franco, Bonilla y otros autores hablan de la democratización de las TIC debido a políticas que cada gobierno implementa en su respectivo país, siendo el principal problema el factor económico para su acceso:

> Las tecnologías digitales han tenido –y están teniendo– efectos desiguales en las democracias de los países de América Latina. La definición de tecnologías digitales es amplia, pero ya no se concibe desvinculada del concepto de conectividad. Por eso, los efectos desiguales en el continente son ahora el resultado principal de la desigual penetración de Internet. (Franco, 2009.p,6)

La problemática que plantea el autor sobre el acceso a la internet en América Latina y el Caribe, es la equidad: es decir, que no todos los hogares tienen acceso a la comunicación e información vía internet.

b. La democratización de la comunicación electrónica en el Ecuador

En nuestro país según el INEC, (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) en el 2010, el 26,7% de la población tienen acceso a la internet y el 31,6% cuentan con una computadora; estos datos nos brindan una visión general de la situación al acceso de la las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información en nuestro país, llegando a plasmar una cantidad reducida de internautas hasta el 2010.

Las cifras para el 2013 han aumentado notablemente, El 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil, 9,1 puntos más que lo registrado en 2010.Mientras el 27,5% de los hogares tiene computadora de escritorio, 3,5 puntos más que en 2010.

El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.El 28,3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16,5 puntos más que en el 2010. En elárea urbana el crecimiento es de 20,3 puntos, mientras que en la rural de 7,8 puntos.El 40,4% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses.

En el área urbana el47,6% de la población ha utilizado internet, frente al25, 3% del área rural. El 28,3% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 43,7% accede a través de modem oteléfono, 9,8 puntos menos que en 2012. En el 2013, el 32,0% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31,7% lo utilizócomo medio de educación y aprendizaje.

A nivel nacional en el 2012, los hogares gastan mensualmente en promedio $44,26 dólares en internet.A nivel nacional en el 2012, los hogares gastan mensualmente en promedio $74,10 dólares en telefoníacelular.

El 16,9% (1’261.944) de las personas de cinco años y más que tienen celular poseen un teléfono inteligente (Smartphone), lo que representa un crecimiento de 141% frente al 2011, según los últimos datos de la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En provincia Loja según el INEC, un 26,6% aceden al internet de diferentes maneras sea en cyberes, celulares, bibliotecas, zonas de wifi, instituciones educativas, trabajo u hogares y un 32,4% tienen computadora, a esto factores se refieren, Franco y Bonilla cuando mencionan la democratización de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, reconociendo como principal problema el de la economía que perjudica a diferentes sectores de la población reduciendo el acceso a la internet y por ende a las diferentes formas de comunicación e información que encontramos en la red.

La provincia con mayor acceso a internet en el año 2013 es Pichincha con el 53,1%, mientras que Los Ríos con el 25,0% es la provincia con menor acceso. Mientras q en Lojacuenta con un 40.4 %. En el 2013, el 32,0% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31,7% lo utilizócomo medio de educación y aprendizaje. En Loja en un 49.8% lo utiliza con estos fines.

c. ¿Qué es el periodismo digital?

Como en muchas otras ramas de las ciencias y del saber, el periodismo ha cruzadocontinuos cambios a lo largo de la historia. Cambios que han afectado a la profesión y a los profesionales. Y todos estos aspectos casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos.

El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red realizado por periodistas,ya que este nuevo periodismo "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, tv o trasladado a la red).

Es una nueva modalidad periodística que se destaca por su actualidad, economía y facilidad para periodistas que ya conocer las herramientas que ofrece la internet, recibiendo algunos seudónimos como (periódico online, periodismo multimedia, periodismo digital, periodismo en internet y ciberperiodismo).

Estos diarios digitales han nacido de los tradicionales, pero en la actualidad se está incrementando la producción de periodismo netamente digital llevando a crear periódicos únicamente virtuales, con los procesos básicos de la profesión periodística: la investigación, la producción y difusión, Arpi y Rafael. Nos menciona que: "El periodismo digital permite hacer periodismo a través del ciberespacio, los usuarios pueden producir y difundir diferentes tipos de contenidos". (Arpi, 2013, p.16). Este autor nos da a conocer algunas características de los diarios online. Además agrega que: "en un medio digital se puede ampliar la investigación a través de enlaces que llevan a otras páginas ya existentes en la web" (Arpi, 2013, p.16). Estas herramientas hacen que el periodismo digital sea investigativo.

Además, los medios digitales nos permiten la complementación de diferentes características que podemos encontrar en la red, que nos llevan a crear un texto único pero estructurado de una forma completa sea con audio, video, imágenes, tal como lo explican los Murillo y Camino:

> Los medios digitales, merced a la gran versatilidad de las nuevas tecnologías en la Red, han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones, es decir, un texto que es claramente multimedia y que obliga a pensar de qué forma adecuada se pueden estructurar e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector.(Murillo & Camino, 2007, p. 33)

Este concepto nos detalla los elementos que definen a un diario online para que este sea agradable al lector virtual en cuanto a las nuevas herramientas que nos ofrece los avances tecnológicos en red.

Pero el hacer periodismo digital no significa solo causar interés en los usuarios sino que también debemos pensar en las características o palabras claves por las cuales los lectores nos puedan encontrar en un espacio cibernético lleno de información con características o palabras similares a las que difundimos así lo expone el grupo de investigadores en la siguiente cita:

> ……escribir para la Red no es sólo escribir para ser leído por los usuarios, sino, e incluso antes, para ser encontrado por los buscadores. El narrador debe tener presente que sus textos serán indexados de modo automático, en función de las palabras claves que contengan y de la proximidad que se verifique entre ellas (Orihuela, 2003, p2). Citado por (Comunicacion Cultura y Sociedad, Grupo de investigacion, 2011,p.41)

Las palabras o características de cercanía hace que los buscadores nos puedan encontrar en el universo online así también debemos tener en cuenta que debido a los formatos digitales hace accesible la información sea por tablets, celulares o computadoras sea cual sea la demanda que hace el usuario.

d. Características de los periódicos digitales

En el periodismo online se destacan aquellos contenidos elaborados exclusivamente para el sitio web, los cuales se renuevan a lo largo del día se trata de un flujo de información de actualización permanente suministrada por cuentas de Twitter de personajes o públicos de interés colectivo, paginas oficiales de instituciones públicas, como privadas, boletines de prensa que llegan a los diarios y hechos recogidos por los diferentes periodistas, Díaz y Salaverria mencionan: “Una de las características de los nuevos medios es la posibilidad de actualizar permanentemente la información sin necesidad de esperar a un momento concreto del día”. (Diáz & Salaverría, 2003,p.69).

Los autores nos destacan que cualquier hora es importante para compartir información en un diario digital, esto si nos referimos a la actualidad, para las versiones digitales de los diarios siempre que esta información sea de interés colectivo y con sus respectivas fuentes.

La calidad en cuanto a fotografía, sonido, video y redacción es otra de las características del periodismo online refiriéndose al formato que nos permite visualizar contenidos en las plataformas virtuales y redes sociales, así lo menciona la periodista y escritora, Romero:

> La alta calidad de las fuentes digitalizadas, la gratuidad (no exenta de polémica y excepciones) en su consulta, la gran capacidad de almacenamiento, el bajo costo de mantenimiento de la información digitalizada, la protección contra la acción de agentes externos, la estabilidad durante largos períodos de tiempo, la facilidad en su transmisión a través de la red. (Romero, 2011.p.177)

La periodista nos propone varias características y beneficios para un diario digital, apoyándose en lainteractividad, hipertexto, multimedia, documentación, universalidad, disponibilidad, instantaneidad, actualización constante, profundidad, lectura no lineal, personalización, cualidades del periodismo en red nos brindan una manera de informarnos cómodamente en la tranquilidad de nuestro hogar y en otro lugar requerido. Por otra parte tenemos las formas de organizar de los diarios digitales como lo explica el Albornoz en la siguiente cita:

> Observamos tres formas básicas de organizar la "información-noticia": secciones, suplementos y portales verticales. Las dos primeras son formas de ordenar la información heredadas de la prensa impresa, mientras que la última corresponde al mundo Internet y suele incluir una serie de herramientas web (buscado. res, foros.). (Albornoz, 2006,p.4).

Creemos que la mayoría de los diarios online han implementado en sus versiones una estructura parecida en algunos casos similares por secciones verticales que se encuentra en los portales web como herramientas que ofrecen las diferentes plataformas virtuales de fácil uso y acceso tanto para el periodista como para el lector virtual.Además ofrece un mundo de herramientas que podemos utilizar para subir información noticiosa acompañada de varios contenidos como lo explica Herrero en elsiguiente apartado:

> Fotografías, vídeos, infografías estáticas, o en movimiento, audios y por supuesto el texto son formatos que se utilizan combinados, o por separado, para contar cualquier historia. Internet ha propiciado esta multiplicidad de formas dando lugar a verdaderos contenidos multimedia que no se ciñen a un único soporte. (Herrero, 2013.p,59).

Herrero en su tesis de doctorado de la Universidad Carlos III de Madrid nos describe características de un producto noticiosos para que este sea adecuado para un medio digital y agradable al lector digital.

e. Cualidades de un ciberperiodista

Para poder ser un periodista digital no basta con saber manejar las múltiples aplicaciones que podemos observar en la red si no que debe tener una base solidad sobre lo que es el periodismo en sí, lo menciona el periodista español (Salaverría, 2015).

> Habitualmente se duele pensar que el periodista digital es básicamente una persona muy instruida en términos tecnológicos, cada vez estoy más persuadido que para hacer un periodista digital lo fundamental sobre todo es tener la cabeza bien amueblada y lo tecnológico viene después.

El profesor y periodista destaca que no precisamente un periodista digital debe ser un experto en el mismo si no que debe tener los conocimientos básicos para de ahí acoplarse a las herramientas y aplicaciones que podemos encontrar en red.Junto a lo que nos comenta Salaverría, el periodista GabrielJarabaprofesor del Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, nos aporta lo siguiente:

> Competencias redaccionales. Escritura hipertextual, gran capacidad de síntesis, mayor claridad en la redacción, conciencia del dinamismo del espacio web; muy buenas competencias en titulación y redacción de entradillas y epígrafes. Competencias informativas. Enorme rapidez de búsqueda, selección, redacción y publicación de las noticias. Gran exigencia en la búsqueda de fuentes y en la detección de su solvencia; capacidad para orientarse entre el enorme ruido de la red. Competencias tecnológicas. Comprensión del diseño y la usabilidad de los cibermedios. Nivel de usuario avanzado en uso de las herramientas de la red. (Jaraba, 2006).

Con estos dos conceptos nos podemos dar cuenta de que un periodista digital debe ser multifuncional, siendo un buen redactor, investigador, claro, precisó, con buena competencias en titulación, rapidez de búsqueda, conocimientos básicos en edición de audio, video, fotografía, diagramador y manejos de aplicaciones en la web y por ultimo saber cómo atraer a las audiencias a sus portales virtuales.

f. Instantaneidad

La instantaneidad es una característica del periodismo digital que se basa en compartir información contantemente sin importar la hora, como una forma de mantener al diario digital actualizado y por ende a sus lectores "La instantaneidad es un valor esencial que multiplica la importancia de la actualización. Así lo explican. (Caminos & Marin, 2007,p.321). Díaz y Salaverría aportan lo siguiente: "el ciberperiodismoes capaz de conjugar la inmediatez de los medios audiovisuales y lasedimentación de la prensa escrita" (Diáz & Salaverría, 2003,p.69). Para un periodista que sabe manejar las herramientas digitales no se le hace difícil compartir información inmediata conjugada con medios audiovisuales, pero no por ser noticia de actualidad vamos a dejar de comprobar las fuentes.

g. Mutimedialidad

Es una característica que nos permite combinar contenidos en la web, como lo expone Martínez en el siguiente concepto: "La combinación de sonido, imagen e información se llama multimedia, se trata de la mezcla de bits, es una cualidad, que consiste en combinar en un discurso informativo con distintos códigos comunicativos, texto, imagen, sonido". (Martínez, 2014,p.193). Es una forma de presentar la noticia digital con diferentes códigos que la caracterizan para facilitar al lector.

Los diferentes avances tecnológicos ha llevado a desarrollar las características del periodismo digital una de ellas es la multimedialidad que también se complementa

con la interactividad y actualidad, que consiste en una mescla de códigos para obtener un ´producto noticioso adecuado para la red, tal como lo menciona Díaz y Salaverrìa:

> Cuando la tecnología digital permite traducir a un código binario, cualquier información, este lenguaje de ceros y unos se le conoce como digitalización, pues permite capturar y reproducir con plena fidelidad al original cualquier tipo de texto, imagen o sonido, y cuando todos esos soportes se reúnen en uno solo se llama multimedia (Díaz & Salaverría, 2003.p,120).

Los escritores describen esta característica como la unión de varios soportes tal como lo menciona la periodista en medios digitales Martínez que permite mesclar audio, video, imágenes y sonido.

h. El hipertexto

Es una forma o estructura de la información presente en la web no lineal pero si complementario conocido como hipertexto que permite enriquecer la nota periodística; estos términos forman parte de las características del periodismo digital, "permiten acceder a la información de manera multidireccional y navegar por el contenido a través de enlaces en relación al texto. El hipertexto es una herramienta que permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados". (Rost, 2006,p.152). Esta herramienta permite utilizar enlaces entre textos dentro de un mismo sitio web sino que también crea vínculos entre varios sitios web o páginas con un aspecto en común de una forma global.

El hipertexto en el periodismo digital dinamiza la noticia haciendo que esta sea agradable a lector online y con opción de acceder a más notas similares como lo explica el autor a continuación:

> El hipertexto fragmenta, dispersa o atomiza el texto de dos maneras afines. Primero, suprimiendo la linealidad de lo impreso, libera los pasajes individuales de un único principio ordenador: la secuencia y amenaza con transformar el texto en un caos. Y, luego, destruye la noción de texto unitario y permanente (Landow, 1995, p. 75). Citado por (Herrero, Periodista en Redes Sociales., 2013.p,62).

El texto es optimizado por los diferentes enlaces, anulando la linealidad del diario impreso y llevando a sustentar la nota periodística con textos que despejen dudas respecto a términos desconocidos utilizándolos según conveniencia.

i. Alexa.com

Es un servidor que funciones desde 1997, ayuda a buscar o medir audiencias en un medio digital, entre los resultados mostrados se presenta una pequeña estadística de los países que generan más tráfico y de los países que provienen los usuarios de ese sitio web. Esto se debe a que Alexa recolecta información de los usuarios que visitan estas páginas.

Alexa es una compañía versátil propiedad de Amazon.com. Que ofrece un buscador online, un directorio y una barra de herramientas, entre otras cosas, además del ya mencionado ranking de tráfico. El ranking se encuentra ubicado en la parte superior

de la página principal de Alexa, para consultar sobre alguna página lo podemos hacer escribiendo la dirección web del espacio virtual en el buscador de Alexa y esta nos arrogara el resultado.

Crea contenidos de forma periódica es posible que este por debajo del puesto 500 000 (algo muy bueno) mientras que un sitio web que este por debajo de los 100 000 se lo puede considerar un lugar muy destacado (cabe destacar que Alexa tiene la capacidad de ofrecer información más detallada sobre los sitios web que estén por debajo del puesto 100 000) mientras más bajos sea el puesto mejor audiencia tendrá la página o el portal web estudiado.

j. Difusión de la información por medio de las redes sociales y la interactividad que promueven los diarios

En la actualidad las redes sociales son una herramienta por el cual los medios de comunicación interactúan con las diferentes audiencias y a su vez se da a conocer información actualizada captando las opiniones de los usuarios, generando interactividad en los portales web de los diarios, así lo menciona Eva Herrero Álvarez en su tesis de doctorado de la Universidad Carlos III de Madrid-España.

> La irrupción de las redes sociales proporciona a los medios y a los usuarios más oportunidades de colaboración y coparticipación, aunque por el momento estas plataformas sociales están sirviendo a los medios informativos como plataformas más informales para lanzar sus mensajes de siempre. (Herrero E. , 2013.p,62).

Las redes sociales en la actualidad nos sirven de medio interactivo entre los usuarios y diarios digitales, según Herrero estas se han infiltrado creando una forma de colaboración,participación entre el medio y usuario, añade lo siguiente:“Los usuarios haciendo uso de la libertad de actuar desde su propia red social puede llegar a modificar o variar el mensaje original de un medio y difundirlo entre todos sus contactos.(Herrero E. , 2011,p.105). Los usuarios tienen la libertad de compartir la información y acomodarla a su idea o visión del hecho.

Las redes sociales han incentivado a que se pueda compartir opiniones e información que en los medios tradicionales no se lo podría hacer sea por políticas de los diarios o por aspectos de facilidad que encontramos en las mismas.

> Las redes sociales fomentan también la hipertextualidad, ya que se trata de plataformas que, a través de enlaces e hipervínculos, convierten la experiencia del usuario en una interacción constante con textos de diversa naturaleza que ellos mismo pueden enriquecer añadiendo comentarios o compartiendo en sus respectivos perfiles con diferentes anotaciones u opiniones. (Herrero E. , Periodistas y redes sociales en España Del 11M al 15M, 2011.p,58).

El uso de las característica que podemos encontrar en las redes sociales es una forma de incentivar al lector o usuario a que exprese su opinión generando interactividad en las versiones digitales de los diarios, así como también enriquecen la imagen del diario sabiendo llevar un control adecuado de las visitas que posee el diario.

> La formación en redes sociales será importante para potenciar la imagen del medio de comunicación y la del propio periodista, sin embargo, por su reciente aparición se deduce que su aprendizaje ha sido fundamentalmente autodidacta. (Martinez, 2014.p,52).

Esto ha llevado a que los diarios a nivel general promocionen su imagen por medio de las redes sociales, en la actualidad son pocos los medios de comunicación que no posean una cuenta tanto en Facebook o Twitter, por lo general es un medio por el cual promocionan la información para luego ampliarla en el enlace que guía hacia el portal web del medio.

k. Apertura de periodismo digital en Ecuador

En el Ecuador el periodismo digital se ha desarrollado desde los años 90 publicando contenidos noticiosos con características de los medios impresos pero que con el pasar del tiempo han ido modificando dándole las características que la red ofrece y el usuario exige. "El diario Hoy, en 1994, fue uno de los primeros de Latinoamérica, en emigrar contenido informativo a la red. (Punin Rivera & Marin, 2014.p,7). Con el diario Hoy en 1996 El Comercio también incorporo su versión digital "su página principal era una nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de linksadicionales hacia las otras secciones" (Punin Rivera & Marin, 2014.p,7). En la actualidad todavía existen diarios que sus versiones digitales se basan en publicar la misma nota de la versión impresa sin modificación alguna.

Con el pasar del tiempo las versiones de los diarios digitales en el Ecuador han ido incorporando las características de periodismo digital y expandiéndose a las provincias "en el 2011, existían 14. Geográficamente ubicados de la siguiente manera: Quito (10); Guayaquil (2), Loja (3) y Cuenca (2). Para el 2014, este número aumentó a 25 diarios nativo digitales, principalmente en Quito (13); Guayaquil (3). (Punin Rivera & Marin, 2014.p,7). La evolución del periodismo digital va en aumento junto al desarrollo de nuevas tecnologías y aplicaciones que podemos encontrar en la red.

Con los diarios nativos digitales aparece la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, y en algunos casos la inmediatez, "Ecuador cuenta con más de una docena de diarios digitales nativos, cuyo crecimiento es estable, pero sin mayores innovaciones tecnológicas" (Punin Rivera & Marin, 2014.p,7). Aunque existan los diarios digitales en algunos casos la poca rentabilidad hace que los directores no inviertan en ellos así como también la falta de personal con especialidad en esta rama o con conocimientos básicos en la misma.

l. Desarrollo del periodismo digital en los diarios lojanos

En la ciudad de Loja el periodismo digital empieza con diario La Hora-Loja, a decir del Jefe de Redacción Lic. José Padilla no tienen una fecha exacta de su creación de página web; pero menciona que fue uno de los primeros a nivel de ciudad de Loja, seguido por el diario Crónica de la Tarde en el 2008, para luego incorporar su versión digital diario Centinela en el 2011.

En la actualidad existen tres diarios impresos en la ciudad que mantienen su portal web y de redes sociales, pero también tenemos los diarios digitales nativos como Mi Region.com, Lo del Momento Loja y Mi Primer Reporte, los cuales comparten información del momento por medio de sus páginas web y redes sociales como Facebook y Twitter.

En cuanto a la audiencia según pudimos observar los diarios nativos digitales generan crecidamente interactividad a diferencia de las versiones digitales de los diarios estudiados.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se basó en un conjunto de técnicas fundamentadas en los métodos que nos guiaron hacia la problemática planteada y sus causas en cuanto a nuestra temática de indagación, esto nos permitió obtener una visión completa del problema y sus causantes, llevándonos a plantear las posibles soluciones en base a los planificado del; "Estudio de la actividad periodística e interactividad que promueven los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales y redes sociales".

Método científico: En base a este método se utilizaron diferentes alternativas metodológicas, tales como los métodos inductivo, deductivo, estadístico y cuanticualitativo, seguido por los instrumentos y técnicas de investigación: entrevistas temáticas, de opinión, de investigación, observación y encuestas aplicadas de acuerdo con la problemática de los diarios estudiados.**Inducción.** Este método permitió al investigador indagar de lo particular a lo general, empezando con la suposición del estado del problema planteado en el proyecto para conocer las causas y consecuencias generales del problema.

Deducción. Este método permitió comprobar los resultados del método anterior y obtener más datos evitando menos errores al momento de analizar los resultados. Los dos métodos se complementaron al analizar resultados para la discusión de los mismos. **Estadístico.** Mediante este método se nos permitió plasmar los datos recogidos en la tabulación de encuesta**,** entrevistas y medición de audiencias acopiados durante el proceso de investigación y a su vez extraer datos, para luego pasar a su interpretación.

Cuanticualitativo (mixto): Estos dos métodos se complementaron para investigar la actividad periodística de los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales y la participación ciudadanía, nos permitió contrastar condiciones basándonos en datos numéricos, cantidades, características y cualidades de la información digital en estos diarios para una mejor complementación de la técnica utilizada en la investigación ya que para esto se utilizó la observación y análisis de los portales web, su formato y contenido, actividad periodística, la participación de los usuarios.

Presupuesto

CANTIDAD	MATERIALES	COSTOS
1	Computadora	200
1	Cámara	90
1	Grabadora	60
1	Celular (llamadas para entrevistas)	20
500	Papel (encuestas y para publicación,)	30
6	Plumas	2
1	Personal trasporte	35
4	Internet meses	50
1	Honorarios del investigador	700
TOTAL:		**$1.187**

Técnicas

Estas técnicas de investigación nos permitieron indagar la problemática y recabar la información requerida para su análisis.

a. Entrevistas Temáticas, investigación y opinión

Dirigidasa los especialistas en periodismo digital, personajes de la localidad que se dedican a esta actividad y redactores digitales de los medios estudiados, y encargados de diagramar, publicar la información en las versiones digitales y redes sociales de La Hora-Loja y Centinela. Para conocer e investigar en qué medida conocen acerca de laproblemática. "periodismo digital" y el uso de sus herramientas y elementos que lo conforman para la labor que realizan en estos medios virtuales.

b. Entrevistas Temáticas

Dirigidas a especialistas en periodismo digital como el profesor e investigador de periodismo, especializado en medios digitales en la Universidad de Navarra y profesor de ciberperiodismo en varios cursos de postgrado nacionales e internacionales. Ramón Salaverría, realizando vía Skype y Sandra Crucianelli. De la Universidad Pontificia Bolivariana y también es la fundadora de www.SoloLocal.Info, proyecto de periodismo digital diseñado y desarrollado para la ciudad de Bahía Blanca.

Realizando la entrevista vía correo electrónico. El objetivo de las entrevista fue obtener un concepto específico de periodismo digital, las características de la información digital difundida por un medio de comunicación como en este caso los diarios virtuales, cualidades que debe tener un ciberperiodista y las nuevas tendenciasen

cuanto al tema, esto en un contexto general ya que la información o periodismo digital es universal por el alcance de la red podemos acceder a ella desde cualquier parte del mundo.

c. Entrevistas de investigación

Nuestro objetivo en los diarios La Hora-Loja y Centinela fue aplicar las entrevistas a los redactores digitales en vista de que no los hay se las aplico a los encargados de manejar y mantener actualizadas los portales web de las versiones digitales de los diarios investigados como es el Ing. Informático, Marco Soto del diario La Hora-Loja y el Ing. Pablo Ortega del diario Centinela, con el fin de saber y observar el proceso de la información antes de publicarla en la página web, estas entrevistas se la realizaron en su lugar de trabajo obteniendo la debida explicación practica y teórica de cómose lleva a cabo el proceso de publicación y actualización de los portales web.

d. Entrevistas de opinión

Dirigida al Lic. En Comunicación Social, Boris Sarango, administrador y redactor del portal web Miprimerreporte.com, y el Ing. En informática, Bolívar Loján, redactor, administrador y productor de los blogs, Nueva democracia desde Loja, Proyecto Mate, Yo También Quiero Proponer, Loja Democrática, Ni lo uno ni lo otro. Estas páginas web están asociadas con las redes sociales. Con el fin de saber su punto de vista en cuanto a su experiencia de la actividad periodística digital que realizan los diarios investigados a través de su versión online y redes sociales, las entrevistas se las realizó en su lugar de trabajo de cada personaje.

e. Análisis y observación

Esta técnica nos sirvió para recoger la información producto de la observación y monitoreo de páginas web y redes sociales del diario como: el contenido, lugar y fecha de publicación, cuantos párrafos tiene la información, Titular, secciones, participación y promedio de interactividad en las redes sociales.

Encuesta: Del porcentaje total de habitantes de la ciudad se sacó una muestra para la aplicación de encuestas, aplicando la siguiente formula.

Formula: n= (σ^2 x p x q x N)/(E^2 (N-1)+σ^(2) xp x q)
σ= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 2.
q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50
n = tamaño de la muestra o población a estudiar.
N = tamaño de la población
E = error
σ = (sigma) nivel de confianza
p = varianza, que indica las proporciones de las características a estudiar dentro del Universo. (Es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)
q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50
Sigma (σ), tiene un valor de 3, cuando el nivel de confianza es del 99.7%; y, tiene un valor de 2, cuando el nivel de confianza es de 95.5%.

Formula:

n=(σ^2 x p x q x N)/(E^2 (N-1)+σ^(2) xp x q)

n=(2^2 x 50 x 50 x 170.280)/(5^2 (170.280-1)+2^(2) x50 x 50)

n=(4x 50 x 50 x 170.280)/(25 (170.280-1)+4 x50 x 50)

n=1.702.800.000/(4.256.975+10.000)

n=1.702.800.000/4.266.975

n=399,06

n=399

f. RESULTADOS

a. Entrevistas temáticas a especialistas en ciberperiodismo

Según lo programado en la metodología se entrevistaron a dos especialistas en periodismo digital Dr. Ramón Salaverría y Mg, Sandra Crucianelli, con el fin de recabar conceptos, características de la información y las cualidades de los ciberperiodistas.

Pregunta 1	Definición del periodismo digital	
Entrevistados	**Ramón Salaverría**	**Sandra Crucianelli**
Respuesta	La expresión periodismo digital tiene un sustantivo que es periodismo y un objetivo que es digital desde este punto lo defino como ciberperiodismo. Se trata de información elaborada y difundía por un periodista a través de un medio virtual, con características como la instantaneidad, multimedialidad, universalidad e interactividad que identifica a esta profesión como tal.	Como una actividad que realiza un corresponsal por medio de un portal utilizando la red para difundir y darla a conocer a sus lectores con información de primera mano, básicamente se trata de información estructurada en base a las herramientas que podemos en contratar en este espacio.
Análisis	Los especialistas concuerdan en una definición sobre periodismo digital pero en sí. El periodismo digital o ciberperiodismo es la actividad realizada por un periodista utilizando herramientas encontradas en la red para difundir la información recabada de hechos actualizados a la cual se le da ciertas características de multimedialidad, actualidad	

	y universalidad basándose en imagen, sonido, hipertextos, vínculos y enlaces.	
Pregunta 2	**Motivos que lleva a los medios impresos a implementar versiones digitales**	
Respuesta	La necesidad de llegar a los usuarios que cambiaron que emigraron a espacios virtuales y como una forma de renovar ya que en este medio podemos encontrar múltiples herramientas como la, infografía, textual, grafico, icnográfico, dependiendo del lenguaje que se le quiera dar a la hora de elaborar esta información. Pero básicamente es la búsqueda de nuevos mercados que han llevado a los diarios impresos a incursionar en este medio esto si lo vemos de una manera general.	Ellos obedecen a los nuevos avances tecnológicos y herramientas que podemos encontrar en la web y a la necesidad de innovar para no perder lectores ya que la mayoría de están en las versiones digitales de los diarios y demás páginas web, porque es fácil y económico informarse a través de este medio.
Análisis	Los autores coinciden en que los diarios se vieron obligados a cambiar lo impreso por lo digital o a combinar estas dos maneras de difundir la información para no perder usuarios y a su vez por las facilidades y economía que encontramos en red y sus avances tecnológicos.	
Pregunta 3	**Características que este debe cumplir la versión digital de un diario**	
Respuesta	Principalmente credibilidad ya que lo digital carece un poco de esta característica y eso lo podemos lograr con los enlaces o vínculos de calidad, junto a ello está la documentación o más bien llamado periodismo de datos, el uso de vidios, fotografías y una redacción precisa. Básicamente esto se logra con el respaldo de la información en cuanto a fuentes y calidad.	La facilidad que preste al usuario para informase junto a ello está la calidad de datos y la manera como presentar la información a las audiencias para ello tenemos múltiples herramientas como enlaces, fotografía, sonido, y con un lenguaje preciso sin rodeos esto llevara a que más lectores nos sigan en la

		red.
Análisis	Los especialistas señalan que las principales características que debe cumplir la versión digital de un diario es primeramente la credibilidad basada en fuentes oficiales anexadas a nuestra información, así como imágenes y video, la calidad de datos expuestos en la información la presentación y lenguaje utilizado debe ser únicamente para medios virtuales.	
Pregunta 4	**Papel de las redes socialesen las versiones digitales de los diarios**	
Respuesta	Básicamente un buen periodismo digital no es fundamental enfocarse a las redes sociales sino más bien elaborar un producto de calidad que atraiga al lector, actualizando contantemente que sea agradable a la vista para que el usuario se encargue de la difusión de la información por medios de sus propias cuentas pero si es necesario contar con una página en Facebook Twitter para información inmediata y facilitar al lector la visibilidad y la opción de compartir es más fácil desde estas cuentas.	La web 2.0 más conocida como la evolución redes sociales han realizado el trabajo de canal donde se promocionan varios tipos de servicios y para un diario online atrae múltiples ventajas ya que por medio de un enlace el usuario ya puede acceder al producto y a su vez dejar su comentario, las redes vienen siendo un canal que mantiene en contante comunicación entre audiencias y los periodistas que están tras el portal web.
Análisis	Los especialistas manifiestan que las redes sociales se las puede utilizar para difundir información como también para promocionar tu portal web en el caso de los diarios es muy importante ya que por este medio atrae seguidores, lectores y a su vez los tiene conectados entre emisor, canal perceptor.	
Pregunta 5	**Cualidades que debe tener un ciberperiodista**	

Respuesta	El ciberperiodista debe tener dominio, destreza en cuanto a los dispositivos digitales como compudores, dispositivos móviles y de manera complementaria a una serie de aplicaciones para la edición y producción de ese tipo de contenidos en diferentes formatos. Habitualmente se suele pensar que el periodista digital es básicamente una persona muy instruida en términos tecnológicos, cada vez estoy más persuadido que para hacer un periodista digital lo fundamental sobre todo es tener la cabeza bien amueblada, teniendo capacidad de síntesis, de jerarquizar la información, generar interactividad, dinamismo y capacidad de análisis teniendo esto, lo tecnológico viene después.	Lo fundamental estar al tanto de los nuevos avances tecnológicos y sus diferentes aplicaciones junto a ellos tener bases concretas sobre periodismo investigativo, manejar un lenguaje preciso tanto en análisis como en titulación, la capacidad informar en pocas palabras y por ultimo saber combinar texto imagen, video, enlaces, documentos a la redacción o producto final.
Análisis	Las opiniones coinciden y se complementan ya que las características de un ciberperiodista es ser un buen periodista, luego complementar con los cocimientos tecnológicos y tendencias, así como también saber investigar y recopilar datos para luego plasmarlos y combinarlos con texto corto, imagen, enlaces y difundirlos por un medio digital.	
Pregunta 6	**Tendencias del periodismo digital en las versiones digitales de los diarios y redes sociales.**	
Respuesta	Lo más destacado es el acceso a la información a través de dispositivos móviles tiene que ver con la evolución de la tecnología y facilidad lo que permite informar de una manera rápida, fácil y económica, internet está dejando de usar más computadores y volcándose a dispositivos móviles.	La difusión a través de redes sociales y junto a ellas la información que ya no cuenta con mayor cantidad de texto si no que más bien es una imagen, un video un título que informa ya que el usuario ya cuenta con tiempo

		limitado para informarse y lo hace rumbo al trabajo, en la oficina, en la calle, en un parque, por medio de móviles o tabletas siendo lo más utilizado a nivel general.
Análisis	El avance de la tecnología que brinda a los usuarios a informarse a través de dispositivos móviles, presentando facilidades siempre y cuando la noticia se representada en imágenes, sonido. Video, texto corto, enlaces y aplicaciones móviles, todo esto forma una tendencia en el periodismo digital.	
Pregunta 7	**Interactividad y sus herramientas para promover contenidos hacia el lector virtual**	
Respuesta	El ciberperiodismo como tal no genera interactividad si no el medio o portal web promoviendo foros, temas de interés común atrayendo así un volumen de audiencia, es por esto de la interactividad es la forma en que los usuarios tiene la misma oportunidad de expresar su opiniones respecto a al tema que plantea el medio.	La información que podemos observar en un medio digital se la encuentra por su descripción un buen diario online se lo puede encontrar por sugerencias de los mismos usuarios y esto sucede cuando existe una buena interactividad entre diario y audiencias y esto se logra con calidad.

Análisis	Crucianelli. Comenta que la calidad de la información publicada es la base para generar interactividad apoyándose en técnicas como lo comenta.Salaverría que la interactividad la podemos lograr a partir de foros, redes sociales y el tomar en cuenta a las audiencias en sus publicaciones con temas de interés común y actualizada.	
Pregunta 8	**Características de la información periodística en un diario online**	
Respuesta	Básicamente es el respaldo en cuanto a fuentes a los cuales el lector pueda ingresar a revisar en cualquier momento, pero también tenemos una fotografía en el formato adecuado para poder visualizarlo fácilmente en cualquier tipo de dispositivo, también tenemos el vínculo y enlaces, una redacción precisa no tan extensa que se base únicamente en un solo tema, que si el usuario requiere informarse más aceda a los enlaces.	La información digital o noticia publicada en un diario virtual debe contener múltiples características como: en lo posible lleve fotografía, vínculos que alimenten y ayudan a que la información sea completa, y las ventanas para sugerencias de las audiencias esta debe estar a asociada a las diferentes redes sociales para que el usuario pueda compartir la información y la calidad de la información.
Análisis	Las características mencionadas por los especialistas se complementan entre si ya que mencionan la actualidad, fotografía, vínculos, un texto corto pero a su vez completo, el prestar la facilidad para que el lector aceda a la información y participe en los diferentes foros que promueva el diario.	
Pregunta 9	**Utilización de herramientas digitales como: enlaces, fotografías, videos, vínculos, hipertextos en el periodismo digital**	

Respuesta	El uso de los enlaces fotografías, videos, hipertextos y vínculos es relevantes para cualquier tipo de información digital, particularmente en este tipo de periodismo es necesario para complementar la información, el uso de estas herramientas digitales tiene una virtualidad fundamental y es que otorga al lector la posibilidad de contrastar por sí mismo la información. Existen otros usos complementarios como la posibilidad de estructural la información en distintos niveles de modo que la información más básica esencial figure en el nivel más superficial en cambio haya niveles más avanzados, profundos en niveles más interiores de la navegación, este segundo uso es menos común en los medios digitales. Aunque de todo lo más común lamentablemente lo que hacen los medios es utilizar sus propios enlaces para multiplicar el tráfico hacia su propia publicación enlazando con noticias previamente publicadas desgraciadamente es un desperdicio de esta herramienta digital.	Se puede decir que junto a la inmediatez e interactividad son las características fundamentales de este tipo de periodismo la información que difunde un medio digital debe estar perfilada con estas herramientas o recursos como es los enlaces, fotografías, videos, vínculos, hipertexto, junto a un lenguaje preciso y claro eso dará al lector satisfacción al momento de leer la noticia y dar ese toque de credibilidad al usuario.
Análisis	Los autores nos comentan que la utilización de estos recursos digitales es la base del periodismo digital ya que nos brindan, credibilidad generando una apariencia agradable y al momento de leer la información,el experto Salaverría nos habla de dos niveles de información el básico donde encontramos la información a manera de un resumen que recoge lo esencial y el segundo donde encontramos lo más profundo de la información, detallada siendo este nivel el menos utilizado.	

b. MONITOREO Y OBSERVACIÓN DE LAS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES DE LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA

Se la realizo el monitoreo de los portales web con el fin de conocer y contrastar si cumplen con las características presentadas en la revisión de literatura y las entrevistas de los especialistas expuestas anteriormente.

c. ANÁLISIS DEL PORTAL WEB DEL DIARIO CENTINELA

La versión digital de este diario está estructurada de la siguiente manera:

Estadísticas de visitas al portal web www.diariocentinela.com, realizadas conAlexa. ConRango Global en los últimos tres meses: Rango de visitas: 954,346. Porcentaje 95,309 de 100,000, porcentaje de rebote: 79.50% 19.00%, páginas vistas diarias por visitante; 1.10 16.79%, tiempo diario en el sitio: 1:21 33.00%.

Rango de visitas en Ecuador estimado en el mes de junio: Rango de visitas en Ecuador: 1,925. Porcentaje 75,4% de 100.000, Páginas que han enlazado a este diario: 50

Secciones que mantiene el diario: Inicio, quiénes somos, contáctenos, ediciones anteriores, trabajo en ecuador, noticias, opinión, deportes, entretenimiento variedad y suplementos.

Redes sociales por las cuales se puede interactuar en el portal web: El diario Centinela cuenta con las redes sociales Facebook y Twitter, en combinación con el portal web por este medio se puede comentar la información, ingresando el nombre y correo electrónico y los comentarios son visualizados por todo el que aceda a esta información.

Publicidad, encuestas, otros servicios que ofrece en la página web: El diario mantiene la opción de enviar sus sugerencias y recomendaciones y los casilleros de redes sociales como Facebook y Twitter.

d. ANÁLISIS DEL PORTAL WEB DEL DIARIO LA HORA-LOJA

La versión digital de este diario está estructurada de la siguiente manera:

Estadísticas de visitas al portal web del diario la Hora-Loja con Alexa.

ConRango Global en los últimos tres meses: Rango de visitas: 48,241. Porcentaje 1,247, Porcentaje de rebote: 48.50% 29.00%, Páginas vistas diarias por visitante; 2.12 4.50%, Tiempo diario en el sitio: 3:09 23.00%.

Rango de visitas en Ecuador estimado en el mes de junio: Rango de visitas en Ecuador: Porcentaje 65.1% 75, Páginas que han enlazado a este diario: 994.

Es notable y lógico que el diario La Hora-Loja este por delante en audiencias del diario Centinela ya que es conocido a nivel nacional y por ser un diario con mayor historia a nivel de ciudad en periodismo digital. En el caso de audiencias a nivel de la ciudad se encuentra en el primer puesto seguido por diario Centinela y por último el diario Crónica de la Tarde.

Secciones que mantienen los diarios: Inicio, deportes, opinión, revistas, arte y cultura, noticias de Loja, sociedad, copa América, intercultural, servicios, revista jurídica, código de ética, que estudiar y rendición de cuentas.

En este caso el diario La Hora-Loja mantiene veintiún secciones pero cada sección dividida en un promedio de dos a cuatro subsecciones mientras que el diario Centinela cuenta con once secciones divididas en un promedio de cuatro a seis subsecciones esto se debe a que La Hora-Loja tiene mejor organizada y distribuida su página web.

Redes sociales por las cuales se puede interactuar en el portal web: En el caso de La Hora-Loja es limitada la forma de interacción que nos presenta a diferencia del diario Centinela que lo podemos hacer ingresando el nombre y correo electrónico y los comentarios son visualizados por todo el que aceda a esta información.

Publicidad, encuestas, otros servicios que ofrece en la página web: La publicidad está presente en los dos diarios con la diferencia que diario la Hora-Loja cuenta con más auspiciantes ya que presta este servicio desde hace mucho tiempo mientras que diario Centinela está empezando a implementar publicidad en su portal web, La Hora–Loja cuenta con un foro y sugerencias para unnuevo foro pero este casillero se encuentra

desactualizado desde el 2014. Los dos diarios mantienen la opción de enviar sus sugerencias y recomendaciones al diario por medio de las redes sociales como Facebook y Twitter.

e. ANÁLISIS DE SECCIONES DE LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA

Se monitorio tres secciones de las versiones digitales de ahí que se escogió solo una por el espacio para su análisis las demás serán puestas en anexos para su mejor compresión, con el fin de mostrar cómo están estructuradas y con qué característicascuentan.

f. ANÁLISIS SECCIÓN NOTICIAS DIARIO CENTINELA Y LA HORA LOJA

Lassecciones noticias y noticias Loja de los diarios está estructurada de la siguiente manera:

Descripción de las secciones: El diario La Hora-Loja, no cuenta con subsecciones mientras que Centinela, cuenta con diez subsecciones pero algunas de ellas sin actualización desde el 2014.

C**antidad de información publicada marzo, hasta 22 de junio del 2015:** Por su división en subsecciones diario Centinela cuenta con más información difundida en el periodo indicado.

Formato: Los dos diarios coinciden en el formato de la información publicada , fotografía, pie de foto, diario Centinela mantiene el casillero de comentarios al final de cada información, La Hora-Loja no, Diario Centinela no mantiene enlaces de publicaciones anteriores referente al tema La Hora-Loja sí .

Publicidad: En la versión digital de La Hora –Loja, se visibiliza la publicidad al momento de acceder a la información, el foro antes mencionado mas no presenta las opciones de redes sociales mientras que diario Centinela no visualiza la publicidad al momento de ingresar a la información pero si visualiza sus redes sociales.

g. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA EN LAS VERSIONES DIGITALES DEL DIARIO CENTINELA Y LA HORA-LOJA

Se analizó una noticia de cada tres secciones escogidas por espacio explicamos una y las demás las anexamos para su mejor compresión,las noticias se analizó su estructura y características como texto, calidad, titulación, enlaces, vínculos, que las destacan como información digital**.**

Centinela

La Hora-Loja

Tema o título y Subtitulo: Los dos diarios no presentan una descripción del lugar o ubicación a la que se refiere la noticia esto aria que sea fácil confundirla o que se pierda en la red, La Hora-Loja cuenta con título y subtitulo de la noticia en caso del diario Centinela únicamente título.

Descripción de fotografía utilizada: Los dos diarios cuentan con fotografía acorde al tema en el caso de diario La Hora-Loja cuenta con pie de foto mientras que Centinela no lo tiene este dato complementario de la fotografía.

Descripción del texto utilizado: El diario La Hora-Loja contiene un texto muy extenso esto hace que la noticia sea cansada y que para un usuario que requiere informase de una manera rápida no resultaría, mientras que Centinela contiene un texto un poco más reducido pero que para ser una noticia precisa aún le falta obviar algunos párrafos y frases para presentar una noticia corta para que el lector se informe de una manera rápida.

Se utilizó, sonido o videos, se utilizó vínculos, hipertexto o enlaces: En ninguno de los dos diarios se utiliza estas características de información digital.

Palabras claves para encontrar la nota: En general los dos diarios presentan falencias al momento de titular la información para el medio digital.

Redes sociales por las cuales se puede comentar la información: Diario Centinela presenta las opción de poder comentar la información con solo poner tu nombre y correo electrónico y junto a la noticia presenta las opciones para compartir el contenido por Facebook y Twitter, diario La Hora-Loja no a incrementados estas opciones.

Publicidad: Diario La Hora-Loja presenta varias publicidades al momento de acceder a la información Centinela no las tiene al ingresar al contenido.

h. ANÁLISIS DE CONTENIDO PÁGINAS DE REDES SOCIALES, CENTINELA Y LA HORA-LOJA

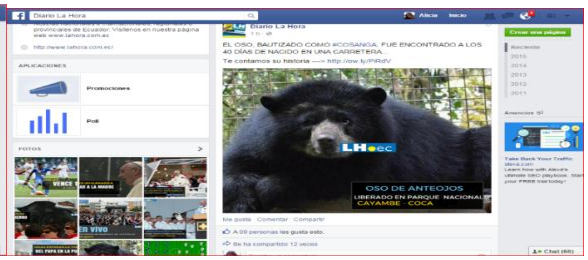
Se analizó las páginas de redes sociales tanto de Facebook y Twitter para constatar si los diarios realizan interactividad y cuáles son las características de la información difundida en este medio.

TWITTER: @DCentinela

TWITTER: @lahoraecuador

FACEBOOK: Diario Centinela: Sitio web de noticias/medios

FACEBOOK: DIARIO LA HORA: Medios/noticias/editorial



i. ANÁLISIS DE LAS PÀGINAS TWITTER Y FACEBOOK

Twitter: Las páginas sociales de los diarios en Twitter en el caso de La Hora-Loja, están actualizadas con varias publicaciones al día, pero no es mucha las información de la ciudad de Loja ya que es una red social que es manejada desde la

principal del diario, así que podemos decir que son pocas las publicaciones de este diario por Twitter, pero cuanta con Tweets: 199K. Seguidores: 208K. Siguiendo: 1431. Favoritos: 78.Listas: 12. Logrados a nivel nacional así que en la ciudad se diría que no tiene acogida ya que sus publicaciones son de noticias a nivel nacional y según la importancia de la ciudad.

En el caso del diario Centinela Tweets: 2.732. Seguidores:773. Siguiendo: 266. Favoritos: 20. Listas, no tiene. Se publican noticias netamente de la ciudad y en algunos casos de los catones y provincias cercanas.Cabe destacar que la página no se actualiza desde el 16 de junio.Las publicaciones tienen retwttir dependiendo de la importancia de las noticias que van desde 4 a 6 y los favoritos van desde 2 a 3.

Facebook: En el caso del Diario La Hora-Loja. Personas que están hablando de esto: 77 925. Total de Me gusta de la página: 122 763. 2%desde la última semana.De perfil esta una imagen con las iniciales y dominio del sitio web y de portada siempre está la noticia más sobresaliente de la semana.

Se publican noticias de las 11 ciudades, de la ciudad de Loja se publica dependiendo de la importancia a nivel nacional.Las publicaciones dependiendo de la importancia alcanzan más comentarios y se comparten que alcanzan los me gusta desde 100 a 200 dependiendo de la noticia.Podemos encontrar la descripción, dirección de la matriz del diario, teléfono y dirección del portal web.En el diario podemos encontrar publicaciones desde el 2011.

En el caso del diario Centinela. Personas que están hablando de esto: 162. Total de Me gusta de la página: 3 868, 1,3% desde la última semana.De perfil está el logotipo del diario de portada una imagen reconocida de la ciudad con el nombre y eslogan del

diario.Se publican noticias de la ciudad y la provincia de Zamora Chinchipe. Básicamente cuatro publicaciones por día. Las publicaciones dependiendo de la importancia alcanzan comentarios y los me gusta es de 4 a 10 por noticia.Podemos encontrar la descripción, dirección de la matriz del diario, teléfono, dirección del portal web y el objetivo.En el diario podemos encontrar publicaciones desde el 2011.

f. ANÁLISIS ENTREVISTAS DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA A LOS ENCARGADOS DE LA DIAGRAMACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS VERSIONES DIGITALES DE LOS DIARIOS

Estas entrevistas fueron dirigidas a los redactores digitales pero en caso de que los diarios investigados no contaban con el mismo se las aplico a los encargados de publicar la información en la versión digital.

Ing. En informática de la Universidad Particular de Loja, diagramador del medio impreso y encargado de publicar información en la página web de La Hora-Loja: Marco Soto. Ing. En sistemas de la Universidad Nacional de Loja, encargado de diagramar el diario impreso y publicación de la información en la página web del diario Centinela: Pablo Ortega.

1. Actividades que realizan los encargados de operar las versiones digitales de los diarios La Hora-Loja y Centinela

Losdos entrevistados coincidieron en que su trabajo se basa únicamente a recogen la información tanto el texto como la fotografía que los redactores realizanpara el medio impreso del día siguiente y esa noticia la suben al medio digital

así como la diagramación del mismo, el horario de la publicación de la información lo realizan entre las 17 a 22 H: 00.

En encargado del portal web de La Hora-Loja, nos manifiesta que las redes sociales se manejan desde Quito las noticias de último momento las redactan en la ciudad y luego las envían para que sean publicadas por redes sociales mientras que en Centinela el mismo se encarga de publicar los enlaces en Facebook y la cuenta de Twitter se actualiza automáticamente cuando se sube información a la página web.

2. Especialidad de estudio

Marco Soto, Ing. En informática graduado en la Universidad Técnica Particular de Loja y lleva laborando cinco años en el diario La Hora-Loja.

Pablo Ortega, Ing. en sistemas con conocimientos especializados en diagramación de portales webgraduado de la Universidad Nacional de Loja, lleva laborando tres años en el medio en Diario Centinela.

3. Personas que colaboran con la elaboración información

En los dos diarios La Hora-Loja Centinela solo una persona es la encargada del portal web y la publicación de la información por este medio, ya que no cuentan corredactor digital, recogen y publican la información del diario impreso con las mismas características, nos menciona el entrevistado.

En Centinela la página de Facebook esta otra persona a su cargo en horas de la mañana o lo compartiendo información de portal web o de la página "Lo del momento Loja" de la cual es el administrador.

4. **Beneficios que proporcionan al diario el uso de las redes sociales y el portal web**

Los diarios consideran que básicamente aportan con seguidores a su versión digital, La Hora-Loja nos comenta el entrevistado que aumentan de 20 a 30 por mes y siempreen acenso, lo cual los monitorean por medio de Alexa.com que estávinculado al portal web.

5. **En cuanto a la interacción entre diario y seguidores**

En el caso del La Hora-Loja, no existe un casillero para comentar públicamente, se permite mediante correo electrónico enviar una sugerencia al diario y por medio de las redes sociales comentan y comparten la información.

Centinela,según el entrevistado la mayoría de casos el Gerente es el encargado de responder las inquietudes de los usuarios y básicamente a dudas sobre la información publicada, pero al momento de monitoria no pudimos observar ningún mensaje del Gerente del diario.

6. **Fuentes de información en el portal web y redes sociales como Twitter o Facebook**

La Hora-Loja manifiesta que siempre se basan enfuentes oficiales ya que en las redes sociales se puede tratar de un rumor. Centinela por su parte comenta que en algunas ocasiones utilizan las redes pero para poder publicar la información primero verifican en fuentes oficiales.

7. **Tendencias en cuanto a periodismo digital podemos observar en Loja a través de redes sociales y portales web utilizadas en los diarios**

En caso de la Hora-Loja. El diario solo se basa en publicar información y una tendencia que se aplica es la aplicación para móviles y tabletas.

En Centinela, simplemente se basa en publicar información y conseguir seguidores a través de estas páginas no obedecen a ninguna tendencia que implementen las audiencias.

8. **El formato de la información de medio impreso es la misma para el portal web.**

Los dos diarios coinciden en que no modifican la información para el diario digital es el mismo formato, texto y fotografía lo que realizan es únicamente ubicar la noticia en la sección correspondiente y separar un poco en párrafos para que no sea cansado leerla.

9. **Características de la información en los diarios digitales**

Los dos diarios presentan las mismas características de la información del medio impreso en cuanto a texto, fotografía y título, en el diario La Hora-Loja se anexan enlaces de noticias anteriores como sugerencias.

10. **Interactividad en los diarios digitales**

En el caso del La Hora-Loja promueven foros sobre leyes que se están debatiendo en el país pero no está actualizadas desde el 2014 según lo pudimos comprobar en la observación.

Y en los dos diarios nos mencionan que el compartir la información por redes sociales, pero en el caso del diario La Hora-Loja es escasa porque son manejas desde Quito y manifestó que pronto estarán con las páginas de redes sociales majadas desde la ciudad.

11. Actualidad e instantaneidad en las versiones digitales de los diarios

En caso del diario la Hora-Loja según el entrevistado menciona tratan de publicar información delmomento o al menos que no pierdan vigencia y en redes sociales les envían para que sean publicadas tanto en el medio impreso como en el digital.

En Centinela según el entrevistado comenta que en lo posible porque es complicado ya que el diario no cuenta con muchos reporteros para ello.

ENTREVISTAS DE OPINIÓN DIRIGIDA A PERSONAJES DE LA LOCALIDAD QUE DIFUNDEN INFORMACIÓN POR MEDIO DE PORTALES DIGITALES.

Dirigida al Lic. En Comunicación Social, Boris Sarango, administrador y redactor del portal web Miprimerreporte.com.

Ing. En informática, Bolívar Loján, redactor, administrador y productor de los blogs, Nueva democracia desde Loja, Proyecto Mate, Yo también quiero proponer, Loja democrática, Ni lo uno ni lo otro. Estas páginas web están asociadas con las redes sociales.

1. **Motivos por el cual se dedican a realizar información por medios digital**

Los dos entrevistados coinciden que los llevo la necesidad de buscar herramientas para desarrollar su trabajo y por una afición a los medios mencionados.

El entrevistado **Bolívar Loján:**nos comenta que: "la academia y la búsqueda de nuevas formas de información e investigación en medios digitales ya que en Loja es limitada la revisión de blogsesto le llevo a incursionar en medios digitales y redes sociales¨.

Boris Sarango: ¨La motivación principal fue el gusto por el internet y específicamente las redes sociales como Facebook y Twitter el cual las utilizaba para informar¨.

2. **Motivo que les llevo a los medios impresos locales como La Hora-Loja y Centinela a implementar versiones digitales**

Según **Boris Sarango y Bolívar Logán**, coinciden quelos diarios locales se vieron obligados a tener su propio portal web, mas no les motivo las ganas de informar eficientemente a sus usuarios si no que ellos tratan de subsistir.

La competencia y el no quedarse estancados los llevo a incorporar la página web y redes sociales, pero no solo consiste en cambiar de lugar la información si no que se debe proporcionar esas características de periodismo digital,**Boris Sarango** "estos diarios no realizan periodismo digital únicamente cambian de lugar la información del impreso al digital"y que esto es para no quedarse atrás de los demás diarios y las nuevas tendencias, necesidades y competencia que los á dirige hacia lo virtual a todos los diarios en general.

3. Las características de la información difundida en un medio digital

Según la opinión de los entrevistados **Bolívar Loján** nos comenta que "en lo personal no me gusta el portal web del diario Centinela, es difícil encontrar la información es complicado al momento de ingresar a las secciones que el usuario requiere".

En el caso de la Hora tiene una buena presentación digital porque en la misma página usted puede ir a cualquier región, mes o día para verificar la información, ejemplo noticias de Loja, pero cuando usted baja a la noticia esta no se puede compartir ni comentar no permiten la interactividad.

Mientras que **Boris Sarango** menciona "en diario La Hora-Loja, no se realiza un periodismo digital como tal, porque la información digital necesita mecanismos que caracterizan al periodismo digital. Los diarios locales aún tienen la mentalidad de que no publican la noticia al instante porque su competencia les a copiar la informaciónal siguiente día les copiar el mismo contenido".

En definitiva lo que los entrevistados nos mencionan que la información publicada en las versiones digitales de los diarios carecen de características de periodismo digital respecto a que no cuentan con las características.

4. Fuentes de información utiliza para realizar periodismo a través de su portal web y redes sociales.

Bolívar Loján: comenta" los diarios locales los reviso como referentes para investigar más el tema que ellos presentan, pero preferible es a nivel nacional".

Boris Sarango: "No, más bien ha sido al contrario por la confianza y actualidad que le damos a nuestra página desde el diario Centinela tanto en fotografía e información nos han llamado para pedirnos les compartamos datos y fotografías"

Los entrevistados no han tomado como fuentes de información a ninguno de los dos diarios ya que según ellos no cuentan con información actual más bien como referentes para temas un poco más investigativos.

5. **La información de los diarios utiliza, enlaces, hipervínculos, hipertexto, fotografías, audios, videos en sus páginas web**

Los entrevistados manifiestan que únicamente la fotografía es el complemento que acompaña a la información difundida por los diarios y que carecen de las demás herramientas o características de periodismo digital.

6. **Importancia de utilizar en la difusión de información digital, videos, hipertexto, fotografías**

Los dos entrevistados comentan que es fundamental la utilización de video, vínculos, fotografía ya queson las caracteriza del periodismo digital y es lo que atrae a los lectores por el simple hecho de que el público en las redes y páginas virtuales es un público netamente que busca información rápida corta en su texto pero a su vez completa. Es fundamental para que el lector no se canse al momento de acceder a la información y la utilización de enlaces que le dan un dinamismo a la noticia.

7. **Participación o interactividad que generan los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales y redes sociales**

Los dos entrevistados concuerdan de que es poca o nulaya que los diarios no se preocupan por lo que la gente piensa **o** necesita saber y que eso sucede en la mayoría de

diarios nacionales **Bolívar Loján**"es suma importancia en esta clase de periodismo porque se caracteriza por tal de doble vía, el diario publica la información y el ciudadano la complementa o su sugiere sobre que cambias realizar"

Boris Sarango: "El periodismo digital se basa en la interacción que le permite al usuario comentar o expresar su opinión ya que ya no son meros receptores de información sino que son quienes comentan, quienes califican la información, ellos son el complemento de la información tanto en redes sociales y las páginas web y a esto los diarios no prestan atención".

8. **Interactividad en las versiones digitales de los diarios digitales y cuentas de redes sociales**

Los diarios no generan interactividad ya que para esto se debe analizar los comentarios de los usuarios y responderlos así también implementar foros sobre temas actuales y estar pendiente de ellos no solo publicarlos y dejar que la ciudadanía comente sin ningún moderador si no que tiene que el diario estar pendiente de las opiniones para verificar o desmentir y luego de un tiempo prudente emitir un informe o resultado del mismo, así lo comentan los entrevistados, así también mencionan que los diarios no publican los servicios que prestan las instituciones públicas como requisitos para ingreso a la Universidad, empadronamiento en caso de acercarse las selecciones y este tipo de cosas que la ciudadanía requiere saber.

9. **Genero de información que prefiere la ciudadanía**

Los entrevistados concuerdan que la ciudadanía en general prefieren los temas polémicos no es cierto que se quejan de la crónica roja por que al momento de publicar una información cultural y una de un accidente de tránsito o asesinato más visitas va a alcázar la polémica de crónica roja.

10. La migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital

Boris Sarango: "lo importante es saber redactar, recoger datos, investigar y elaborar una información de ahí te puede acoplar a los medios digitales"

Bolívar Loján: "un buen periodista siempre va estar aprendiendo así que no será experto en lo digital o aplicaciones pero se defenderá para poder realizar su trabajo"

Los entrevistados nos presentan dos complementos el de tener una base periodística y el de seguir aprendiendo y actualizándose contantemente lo que se necesitan para incursionar en medios digitales sin importar mucho si eres de lo digital o de lo impreso.

RESULTADOS DE ENCUESTA

DATOS INFORMATIVOS

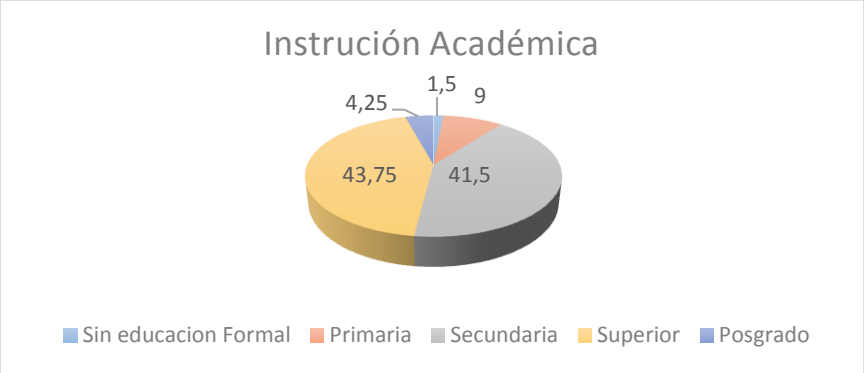
Instrucción académica: **Cuadro Nro. 1**

Variable	Frecuencia	%
Sin educación formal	6	1.5
Primaria	36	9
Secundaria	166	41.5
Superior	175	43.75
Posgrado	17	4.25
Total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Gráfico Nro. 1



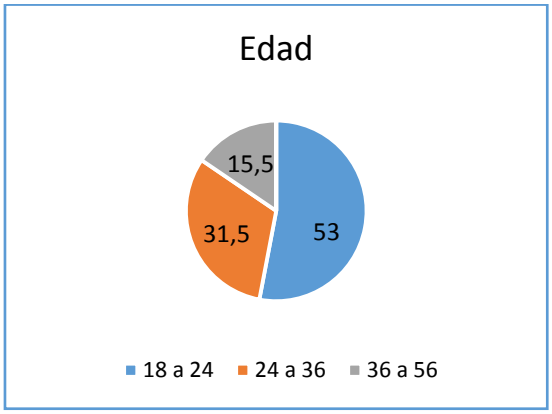
Edad: **Cuadro Nro. 2**

Variable	Frecuencia	%
18 a 24	212	53
24 a 36	126	31,5
36 a 56	62	15.5
total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Gráfico Nro. 2



Ciudadanos que poseen cuenta en Facebook o Twitter **Cuadro Nro. 3**

Variable	Frecuencia	%
Facebook	**393**	**98,25**
Twitter	**119**	**29,75**
Ninguno	**6**	**1,5**
Total	**518**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva
Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Gráfico Nro. 3

Análisis cuanticualitativo: Enel análisis del cuadro estadístico se puede determinar que 393 encuestados equivale al 98,25% de la muestra mantienen una cuenta de Facebook, esto se debe a que a mayoría de encuestados ocupan esta red social para comunicase o conocer personas o simplemente por ocio, mientras que 29,75 % representa 119 mantienen cuenta en Twitter esto se debe a que Twitter un poco más seria y a su vez actualizada con limitaciones de texto, y el un 1,5% equivalente a 6 encuestados No. Mantienen ninguna de estas cuentas.

Noticias que prefiere la ciudadanía Cuadro Nro. 4

Variable	Frecuencia	%
Locales	**297**	**74,25**
Nacionales	**281**	**70,25**
Internacionales	**277**	**69,25**
Política	**161**	**40,25**
Economía	**130**	**32,5**
Crónica roja	**100**	**25**
Farándula	**132**	**33**
Deportes	**222**	**55,5**
Otros	**14**	**3,5**
Total	**1614**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Gráfico Nro. 3

Análisis cuanticualitativo: Enel análisis del cuadro estadístico se puede determinar que de 297 encuestados esto corresponden a 74,25% prefieren noticias locales, esto se debe a la cercanía ya que el ciudadano requiere estar informado sobre hechos actuales de la ciudad. 70,25% equivale a 281 encuestados prefieren nacionales, los ciudadanos buscan información nacional porque necesitan estar pendientes de la situación en la que está el país, 69,25% corresponde a 277 encuestados prefieren internacionales, esto se debe a que la información en medios es universal y requieren estar informados de los hechos más importantes a nivel general 40, 25% corresponden a 161 encuestados prefieren política, porque desean estar pendiente de los partidos políticos y autoridades que están al frente del país, 32,5% corresponde a 130 encuestados prefieren economía, un bajo porcentaje para saber la situación actual del país en cuanto a economía , 25% corresponde a 100 encuestados prefieren crónica roja, esta preferencia se debe a que nuestro país existen medios amarillistas, sensacionalistas y la ciudadanía obedece a esta información 33% correspondiente a 132 encuestados prefieren farándula, esto se debe a que la ciudadanía le gusta estar pendiente de sus artistas favoritos y aún más si es por medios digitales 55,5% correspondiente a 222 encuestados prefieren deportes, este género periodístico es aceptado por la mayoría de los ciudadanos ya que corresponden a ser hinchas de algún equipo y necesitan estar informados, 3,5% correspondiente a 14 de encuestados prefieren otros como cultura, música, tecnología

Seguidores de las redes sociales del diario la Hora-Loja y Centinela Facebook y Twitter

Cuadro Nro. 4

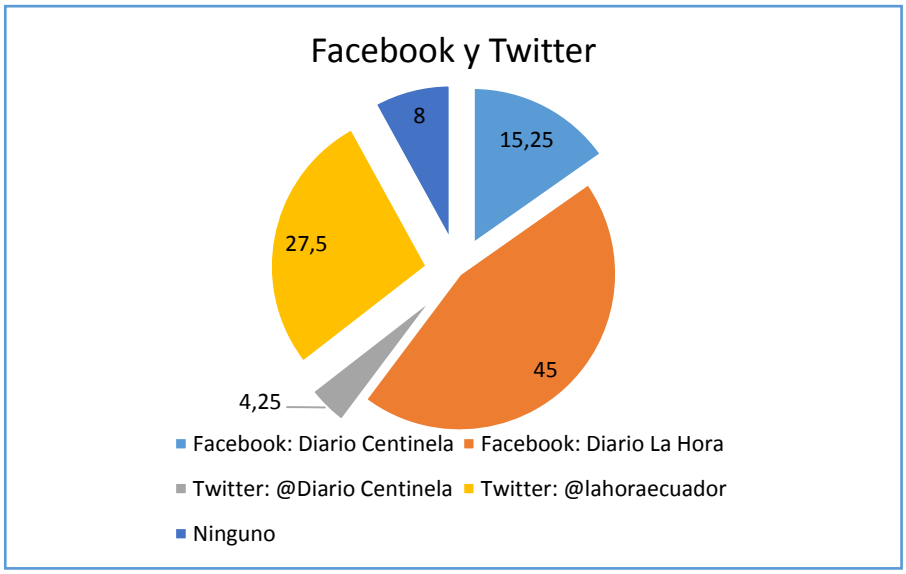
Variable	Frecuencia	%

Facebook: Diario Centinela	**61**	**15,25**
Facebook: Diario La Hora	**180**	**45**
Twitter: @Diario Centinela	**17**	**4,25**
Twitter: @lahoraecuador	**110**	**27,5**
Ninguno	**32**	**8**
Total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Gráfico Nro. 4



Análisis cuanticualitativo: Los datos del cuadro estadístico demuestran que 61 correspondiente al 15,25%de encuestados son seguidores de la página de diario Centinela en Facebook, la baja audiencia se debe a que el diario recientemente está empezando a interactuar por esta red social, 54% corresponde a 180 encuestados son seguidores del diario La Hora-Loja, la ciudadanía lojana sigue en su mayoría a esta red social del diario por la información y actualidad a nivel nacional, 4,25% corresponde a

17 encuestados de Twitter diario Centinela, su baja audiencia se debe a que en la observación pudimos observar la falta de actualización y estrategias que incentiven a participar o seguir este diario, 27,5% corresponde a 110 encuestados siguen Twitter diario La Hora-Loja, este diario mantiene más audiencia porque su actualización es constante y más bien la ciudadanía no cuenta con esta red social y un 8% equivalente a 32 encuestados no siguen ninguno esto se debe a que solo mantienen las cuentas de redes sociales como un medio de comunicación y ocio.

Personas que han ingresado a las versiones digitales de los diarios: www.lahora.com.ec.

www.diariocentinela.com.ec

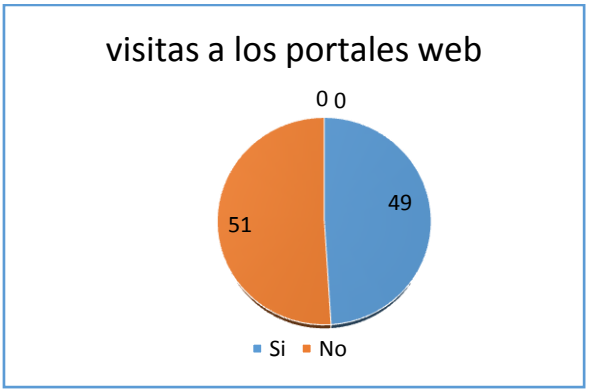
Cuadro Nro. 5

Variable	Frecuencia	%
si	**196**	**49**
no	**204**	**51**
total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Grafico Nro. 5



Análisis cuanticualitativo: de los encuestados el 49% correspondiente a 196 encuestados dijeron que si han ingresado a la versión digital del diario esto obedece a

que la ciudadanía busca medios de información actualizados y fáciles al momento de ingresar, mientras que un 51% correspondiente a 204 personas dijeron no haber ingresado debido a que es poca la actualidad de estos medios a decir de información local.

Problemas al momento de ingresar a la página de las versiones digitales de los diarios

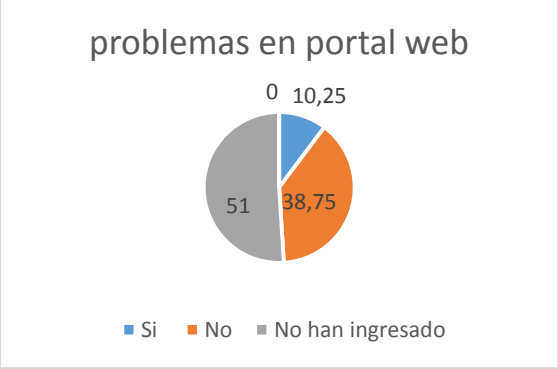
Cuadro Nro. 6

Variables	Frecuencia	%
Si	**41**	**10,25**
No	**155**	**38,75**
No han ingresado	**204**	**51**
Total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Grafico Nro. 6



Análisis cuanticualitativo: De las personas encuestadas 10,25% corresponde a 41 encuestados menciona que si ha tenido problemas al momento de ingresar a los portales web de los diarios los problemas según manifiestan no se carga pronto la página, no existe la información que vieron en el enlace o es demasiado texto para leer,

38,75% corresponde a 155 encuestados si ha tenido problemas y un 51% corresponde a 204 encuestados no ha ingresado.

Basándonos en los resultados podríamos decir que más son los problemas al ingresar ya que en el complemento a la pregunta la ciudadanía comenta que se debe a que la pagina es lenta para cargase, no se encuentra las información requerida y en el caso de Diario Centinela las versiones anteriores es difícil acceder.

La importancia de las redes sociales para compartir información

Cuadro Nro. 7

Variable	Frecuencia	%
Si	**369**	**92,25**
NO	**31**	**7,75**
Total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva

Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Grafico Nro. 7

Análisis cuanticualitativo: Los encuestados confirman un 92,25% correspondiente a 369 encuestados que si se debe utilizar las redes sociales, manifiestan que es más fácil de informarse, actual yde una forma rápida, mientras que el 7,75 corresponde a 31 encuestados que no se debe utilizar las redes sociales manifiestan que las redes sociales no es una plataforma especializada para información seria.

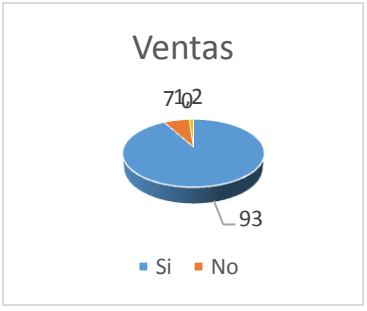
Se debe complementar la información con audio, video, vínculos, enlaces, fotografías.

Cuadro Nro. 8

Variable	Frecuencia	%
Si	**372**	**93**
no	**28**	**7**
Total	**400**	**100**

Autora: Alicia Soledad Torres Calva
Fuente: Encuesta población de la Ciudad de Loja a partir de los 18 a los 56 años.

Grafico Nro. 8



Análisis cuanticualitativo: el 93% correspondiente a 372 encuestados que si les gustaría porque manifiesta que es más fácil informase y no es cansado como leer solo texto, mientras que un 7% correspondiente a 28 encuestados que no les gustaría manifiestan que no todo equipo soporta video y audio.

g. DISCUSIÓN

Después de haber recopilado y explicado las herramientas, técnicas y resultados de investigación, que nos llevaron a definir los problemas y sus causas pasamos a la verificación de los objetivos.

VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

- **Determinar si la actividad periodística en los portales web de los diarios locales se utilización las herramientas y características del periodismo digital y la interactividad que generan, para detectar el grado de disposición y aceptación de la información por parte de los lectores virtuales de la ciudad de Loja, de los diarios La Hora y Centinela en sus versiones digitales.**

Con las entrevistas al especialista Dr. Salaverría y Mg. Crucianelli, podemos constatar cuales son las características del ciberperiodismo y la observación nos permitió establecer el estado de la actividad periodística en estos diario ya que no se trata de periodismo digital sino que el medio impreso se ha trasladado a la web siendo el mismo formato, así también lo confirman Lic. Boris Sarango y Ing. Bolívar Loján desde su actividad y conocimientos en medios digitales, los encuestados por su parte en la pregunta 5 el 49% de los 400 encuestados han ingresado a las páginas web de los diarios de estos el 10,25% ha tenido problemas al momento de acceder a la información, lentitud no se encuentra la información requerida, en el caso de Centinela es difícil encontrar las publicaciones anteriores, por su parte los encargados de las versiones digitales de los medios manifiestan que el problema se debe a que no existe en el medio

un editor digital y ellos no cuentan con conocimientos periodísticos sino más bien en diagramación de páginas web.

En cuanto a actualidad el diario La Hora-Loja genera un poco más que Centinela pero no con información de la ciudad, esto pudimos observar en el monitoreo de las redes sociales Facebook y Twitter, ya que la ciudadanía sugiere que siguen estas cuentas buscando actualidad pero que no las tiene ya que 297 encuestados esto corresponden a 74,25% prefieren noticias locales, 70,25% equivale a 281 encuestados prefieren nacionales, 69,25% corresponde a 277 encuestados prefieren internacionales, y no las hay.

Así también la falta de foros que atraigan a la ciudadanía o audiencias a participar en ellos y así atraer a seguidores a sus cuentas tanto de Facebook como Twitter y portal web.

- **Analizar los mecanismos, recursos y herramientas usados en el proceso de elaboración de la información de los diarios digitales de La Hora y Centinela.**

La información digital publicada en estos medios no cuentan con los recurso para que sea periodismo digital como tampoco utilizan las herramientas que podemos encontrar en red en cuanto a organización de la noticia en el diario La Hora-Loja, no se puede compartir la información por medio de redes sociales y tampoco ni comentar en la página web, ya que los encuestados mencionan en la pregunta 7 un 92,25% mencionan que les gustaría que presenten estas opciones para poder interactuar con el medio, la observación nos confirmó estos datos al momento de ingresar a la información publicada en el caso del diario Centinela se puede comentar la información pero no existen personas que estén pendientes de las opiniones de las audiencias.

En cuanto al proceso de la información consiste en recabar la información del medio digital y publicarla en el portal web así lo confirman los encargados de los medios en su versión virtual.

- **Indagar si la migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital en los diarios La Hora y Centinela perjudica la práctica periodística en los portales web.**

Este objetivo se cumplió al observar y entrevistar a Marco Soto y Pablo Ortega en cargados de los portales web ya que nos mencionaron que los periodistas que laboran en el diario son específicamente para la versión impresa para la versión digital no hay periodistas dedicados a esta actividad digital.

- **Comparar si él, texto, formato, fotografía, audios, videos y lenguaje en las versiones digitales de los diarios La Hora y Centinela cumplen con la calidad para ser publicados en sus medios virtuales.**

La observación y monitoreo de las versiones digitales de los diarios nos muestran que la información publicada carece de las características, texto demasiado extenso en los dos diarios les falta precisión, y la titulación es demasiada escueta, las causas se explicaría a que la redacción es direccionada para el medio impreso, la mayoría de la información cuenta con fotografía pero en el caso de Centinela no cuenta con pie de foto y la fotografía que fuera de contexto. Y no cuentan con vínculos enlaces, audios ni videos, esto sería necesario ya que la ciudadanía encuestada sugiera en la pregunta 8 un 93% que sería bueno para que sea creíble la noticia y no sea tan aburrida al momento de informase.

h. CONCLUSIONES

- Los contenidos informativos de las versiones digitales de los diarios La Hora-Loja y Centinela presentan una limitada utilización de las herramientasy características del periodismo digital.

- La interactividad de los diarios La Hora-Loja y Centinela por medios de las redes sociales y portal web cerrada debido a que no prestan atención a las opiniones de los seguidores, y no generan espacios actuales para impulsar a participar a los seguidores.

- La disposición de la información en las versiones digitales es dificultosa para que los usuarios se informen de una manera rápida sencilla y económica ya que la estructura no permite su rápido acceso y contenido vertido por los diarios en su mayoría no es de actualidad.

- Que los diarios La Hora-Loja y Centinela no cuentan con un editor digital que aporte con los conocimientos en cuanto a características y el uso de herramientas para la elaboración de la información del diario impreso para el medio digital esto es la principal causa del estado de la información digital en la web.

- Las publicaciones o información difundida no cuenta con, formato adecuado, audios, videos y lenguaje preciso y no extenso.

- Los diarios estudiados no actualizan sus formas de interacción con sus usuarios, haciendo que el usuario pierda interés en comentar, complementar y compartir la información que podemos encontrar en los mismos.

i. RECOMENDACIONES

- Recomendamos a loa diarios La Hora-Loja y Centinela utilizar las diferentes herramientas digitales para brindar a la información publicada en la versión virtual las características del periodismo digital.

- Actualizar e incentivar a los seguidores a interactuar en las versiones digitales de los diarios La Hora-Loja y Centinela por medios de las redes sociales y portal web para que los usuarios compartan sus opiniones y complementen la información publicada.

- Recomendamos mejorar la organización de la información para facilitar al usuario su ingreso de una forma rápida, fácil y económica y así pueda ingresar a versiones anteriores.

- Que los diarios La Hora-Loja y Centinela en lo posible incrementen un editor digital que aporte con los conocimientos en cuanto a características y el uso de herramientas para la elaboración de la información del diario impreso para el medio digital esto es la principal causa del estado de la información digital en la web.

- Las publicaciones o información difundida se le dé el formato adecuado, en cuanto a audios, videos y lenguaje preciso y no extenso.

- Los diarios estudiados actualizan sus formas de interacción con sus usuarios, haciendo que el usuario tenga interés en comentar, complementar y compartir la información que podemos encontrar en los mismos.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA

TÍTULO

"RESTRUCTURACIÓN DE LA VERSIÓN DIGITAL DEL DIARIO CENTINELA"

AUTORA:

Alicia Soledad Torres Calva

DIRECTORA:

Lic. Isabel María Enrríquez Jaya Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR
2016

RESTRUCTURACIÓN DE LA VERSIÓN DIGITAL DEL DIARIO CENTINELA

Se optó por diario Centinela ya que es el que presenta mayores falencias en cuanto a la actividad periodística en su versión digital por ser un medio local y gracias a la apertura que nos brindó el gerente general.

1. PROBLEMA

La actividad periodística que realizan los medios investigados La Hora-Loja y Centinela no es periodismo digital y esto trae problemas para sus audiencias como el no poder ingresar de una forma rápida a la información, la noticias no tiene los respaldos necesarios en cuanto a fuentes enlaces, videos y audios para que esta tenga credibilidad, la falta de actualización y la falta de interactividad que la Ley Orgánica de Comunicación expresa en su artículo 13

2. JUSTIFICACIÓN

Para los medios impresos en la actualidad es necesario mantener la versión digital del diario ya que este es un medio por donde se puede interactuar con los usuarios y compartir información actualizada de una forma rápida, fácil y económica.

La facilidad de acceso a internet que la ciudadanía hoy en día posee a través de dispositivos móviles y computadoras pero para ellos la información debe tener un formato adecuado tanto en texto, fotografía, audio y video.

Con este argumento la intención es que la información difundida por el Diario Centinela contengan las características del ciberperiodismo con información inmediata manejando correctamente los formatos comunicacionales tales como videos, galerías,

audios, hipervínculos, enlaces y aprovechando la conectividad entre portales web y redes sociales para llegar a una mayor cantidad de lectores.

Por lo tanto la presente propuesta se justifica en vista de que servirá al usuario para estar informado con inmediatez, de los hechos noticiosos que acontezcan especialmente en la ciudad de Loja.

Además este trabajo ayudará a fortalecer la formación teórica y fortalecerá el conocimiento en el campo profesional, también para dar cumplimiento a los objetivos de la Universidad Nacional de Loja en torno a la vinculación con la colectividad.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

- Lograr que restructurar y mantenerla a la versión digital del diario Centinela en cuanto a calidad, actualidad e interactividad.

Objetivos Específicos

- Lograr general actualidad con información local, nacional e internacional recogiendo las preferencias de los ciudadanos encuestados respecto a la pregunta

- Lograr generar interactividad por medio de las redes sociales especialmente Facebook y Twitter ya que en la pregunta 1 la mayoría de encuestados mantienen una cuenta de red social y esto se lo lograra por medio de foros sobre temas de interés común.

- Lograr calidad informativa en la versión digital del diario aplicando las características del periodismo digital como texto y lenguaje preciso, corto, videos, audios, vínculos y enlaces, complementando estos elementos.

4. ESTRATEGIAS

La presente propuesta es planteada es base a los principales resultados de la investigación de campo. El propósito es emitir información inmediata, promover la interactividad y lograr la calidad noticiosa.

ACCIONES	ESTRATEGIAS	TÉCNICAS	PROPÓSITO
Página web **CENTINELA**	Proporcionar a todo el público meta, primario y secundario información inmediata.	Brindar características digitales a la información	Ejecutar exitosamente la primera etapa de la propuesta.
	Fomentar el ejercicio de la opinión mediante la disponibilidad de información actualizada y foros.	Inmediatos y veraces. Textos cortos, videos, imágenes, vínculos, enlaces y una titulación adecuada.	

5. FINALIDAD

La presente propuesta se efectuará con el propósito de mejorar la disponibilidad del de la información del Diario Centinela y ofrecer a la colectividad información actualizada, calidad y interactividad con respaldo de fuentes por medio de enlaces y vínculos, entregando a la comunidad información principalmente suscitada en la ciudad

de Loja, promoviendo a la sociedad a interactuar en temas de interés colectivo por medios de foros.

6. MATRIZ DE ALTERNATIVAS

Al realizarse un análisis de la actividad periodística de las versiones digitales de La Hora-Loja y Centinela se ha creído conveniente aplicar la propuesta a uno de estos medios para mejorar la información en las versiones online, complementando la información de los ejemplares físicos, pudiendo estos hacer uso de las tendencias aportadas por la opinión pública.

Medio	Objetivo	Acción específica	público meta	respuesta esperada
CENTINELA	Realizar periodismo digital con todas sus características con información inmediata combinando textos, video, enlaces, audio y vínculos. Promoviendo la actividad por medio de foros y redes sociales.	Difundir. Noticias de política, economía, sucesos, deportes, entretenimiento, ciencia y tecnología, opinión, cultura, comunidad y vincular a ciudadano como generador de información.	En una semana incrementar notablemente el ingreso de los usuarios al portal web	Se espera que la información inmediata mantenga actualizados a los usuarios.
	Incentivar a las empresas pública y privada para que invierta en publicada para la versión digital.	Incentivar a los usuarios a participar en los diferentes foros creados con temas propuestos por ellos mismo.	Alcanzar incrementar los seguidores en redes sociales e incentivar a que participen.	Los usuarios se mantienenactualizados de los hechos noticiosos más trascendentes.

7. AUDIENCIA META

DEMOGRAFÍA

Público principal: audiencias con las que ya cuenta el Diario Centinela

Localización Demográfica. Loja

Sexo: Masculino y femenino

Clase Social: Todas

Formación Académica: Primara, secundaria y superior

La investigación de campo facilita información para determinar las características de la versión digital, en vista que las interrogantes planteadas a los especialistas y encuestados determinan las características que debe tener la noticia digital y las preferencias de contenidos de los usuarios, la cantidad de tiempo que dedican para leer diarios digitales y la importancia que tienen los medios electrónicos en la sociedad lojana.

Oportunidades

- Tener una versión digital con contenido actualizada
- Usuarios buscan actualidad y facilidad al momento de informarse.
- Aprovechar las bondades que ofrece la web para generar las características a la información.
- La nueva Ley de Comunicación favorece la participación ciudadana en el espectro comunicativo en los artículos 12, 13 y 14.

Debilidades

- Periódicos locales versión digital ya posesionados.
- Periódicos locales al tener versión digital y física poseen mayor oferta de publicidad para las empresas anunciantes.
- Ser un periódico digital de reciente creación.

Amenazas

- Falta de personal para generar actualidad.
- Creación de nuevos portales de información local con las mismas características.

SOSTENIBILIDAD

La propuesta está enmarcada dentro de un proyecto: Restaurar la página web del diario Centinela utilizando las cualidades del periodismo digital, corresponde a la Coordinación de Investigación-Desarrollo del área de la Educación, el arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja. Además, según datos estadísticos, las tendencias indican el incremento del consumo en medios de comunicación en la web.

8. MONITOREO Y EVALUACIÓN

- Se realizara seguimiento para conocer cuántas personas ingresan al periódico digital al día.
- Con el programa Alexa.com una aplicación que podemos encontrar en red.

- Después de un mes de aplicación de la propuesta crear un foro para recoger comentarios acerca de la actividad que se viene realizando en la versión digital del diario.

9. Recursos

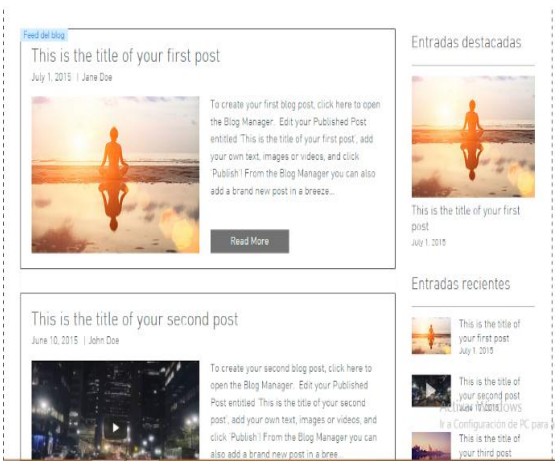
El diario cuenta con un diagramador, y los reporteros para la recolección de la información lo que se necesitaría un editor digital con conocimientos en multimedia, fotografía, audio y el manejo de grupos y colectivos para dirigir los foros.

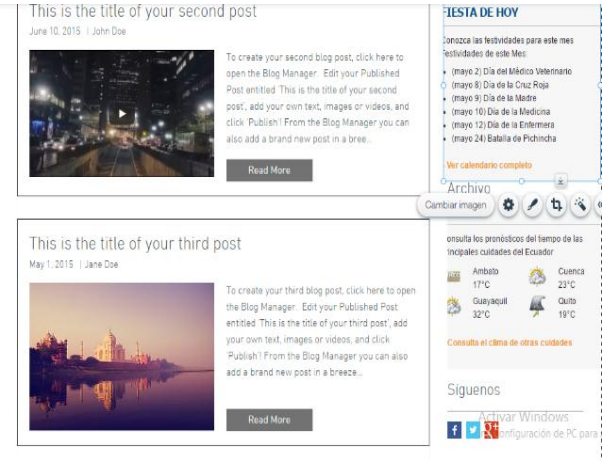
PROPUESTAS DE FOROS

PROPUESTAS DE FOROS			
Pregunta	**Duración**	**Cierre**	**Resultados y acciones del diario**
¿Qué opinión sobre las acciones que se implementaron en el servicio de transporte urbano y el alza de pasajes?	Un mes Promocionándola todos los días	Al cierre se realiza un promedio de opiniones y resultados de la encuesta.	Se le hará llegar un informe a los representantes del trasporte y Municipio de Loja Se elaborara un reportaje sobre el tema con opiniones de los representantes y resultados del foro.

PRODUCTO COMUNICACIONAL

Página de inicio





Secciones

CLASIFICADOS
OPINIÓN
Editoriales
Articulos
Foros
ENTRETENIMIENTO
Musica
Cine
Páginas
INICIO
Presentación
Directivos
NOTICIAS
Local
Nacional
Internacional
Deportes
FOTOREPORTAJE
Cultura
Tecnología
Naturaleza

ANUNCIO DE AUPICIANTES
ANUNCIO DEL DIARIO
Search site
Radio en vivo
Páginas
INICIO
Presentación
Directivos
NOTICIAS
Local
Nacional
Internacional
Deportes
FOTOREPORTAJE
Cultura
Tecnología
Naturaleza
CLASIFICADOS
OPINIÓN
+ Agregar Página
Transiciones entre páginas:
u derecho a la verdad
TOREPORTAJE
CLASIFICADOS
OPINIÓN
ENTRETENIMIENTO
Blog
Unknown Track - Unknown Artist
00:00 / 03:00
your first post
To create your first blog post, click here to open the Blog Manager. Edit your Published Post entitled 'This is the title of your first post', add your own text, images or videos, and click 'Publish'! From the Blog Manager you can also add a brand new post in a breeze...
Read More
your second post
Entradas destacadas
This is the title of your first post
July 1, 2015
Cambiar imagen
Entradas recientes
FIESTA DE HOY

Sección Noticias

Sección Reportajes

Sección opinión

Articulistas

Foros

Directivos

Historia del diario

Final de cada sección

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO PARA RESTRUCTURACIÓN DEL DIARIO CENTINELA

1 Periodista: con conocimientos en periodismo digital, diseño, manejo de páginas web y márquetin en la red con especialización en redes sociales.	**900**
1 Periodistas: con conocimientos en edición de audio, video y fotografía y redacción para medios digitales.	**900**
2 Pasantes: de las carreras de Comunicación Social de las universidades o institutos de la localidad, para reporterismo.	**100**
2 Computadoras	**2.000**
2 Grabadoras	**120**
2 Cámaras fotográficas	**1.00**
Otros	**200**
Total	**4.320**

FINANCIAMIENTO MEDIANTE PAUTAJE PUBLICITARIO		
Publicidad animada grande	3 cm de ancho x 10 de largo	300
Publicidad animada pequeña	5 cm ancho x 4 de largo	150
Publicidad estática grande	3 cm de ancho por 10 de	200

	largo	
Publicidadestática pequeña	5 cm de ancho por 4de largo	100
Spot publicitarios	De 30 segundos a 1 minuto	Realización 50 Publicación por un mes 150
Difusión por redes sociales	Dependiendo de las publicaciones que se realice	Facebook: 150dólares por cada publicación Twitter: 10 dólares por cada publicación
Cantidad de espacios publicitarios en página web y redes sociales	Página web: 4 publicidades animadas grandes por mes. 4 publicidades animadas pequeñas por mes. 4 publicidades estática grande. 4 publicidades estática pequeña.	

TOTAL

Inversión inicial	**4.320**
Mantenimiento	2.100
Proyección de venta publicitaria mensual	3.260
Coste de la propuesta investigador	500

j. BIBLIOGRAFÍA

Albornoz, L. (2006.p,4). *Periodismo Digital en los Grandes Medios en Red.* Buenos Aires: La Crujita.

Armentia Caminos & Marin, J. F. (2007.p,321). *Elementos del definitorios del periodismo digital.* País Vasco: Universidad del País Vasco.

Arpi, R. (2013, p.16). Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Bonilla & Cliche, M. G. (2001, P.17). *Internet y Sociedad en America Latina Y el Caribe.* Quito-Ecuador.: RISPERGRAF.

Comunicacion Cultura y Sociedad, Grupo de investigacion. (2011,p.41). *Digitalizacion y Ecologia de Medios, Comunicacion Cultura y Sociedad.* Venezuela : Universidad de los Andes.

Comunicacion Cultura y Sociedad, Grupo de investigacion. (2011.p,29). *Digitalizacion y Ecologia de Medios, Comunicacion Cultura y Sociedad.* Venezuela : Universidad de los Andes.

Díaz & Salaverría, J. R. (2003.p,120). *Manual de redaccion ciberperiodistíca.* España: Ariel S.

Diáz & Salaverría, J. R. (2003.p,69). *Manual de Redación Periodistíca .* España: Ariel Comunicación.

El Observador. (13 de marzo de 2015,31/04/20pm.). *El Observador*. Recuperado el 31 de marzo de 2015,31/04/20pm., de El Observador: http://www.elobservador.com.uy/noticia/301980/una-nueva-revolucion-estallo-en-cuba/

Franco, G. (2009.p,6). *Impacto de las Tecnologias Digitales en el Periodismo y la Democracia de America Latina.* Texas : Universidad de Texas.

Herrero, E. (2011.p,105). *Periodistas y redes sociales en España Del 11M al 15M.* Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.

Herrero, E. (2011.p,58). *Periodistas y redes sociales en España Del 11M al 15M.* Madrid : Universidad Carlos III de Madrid.

Herrero, E. (2013.p,59). *Periodistas en redes sociales en España.* Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.

Herrero, E. (2013.p,62). *Periodista en Redes Sociales.* Madrid : Universidad Carlos III de Madrid .

Herrero, E. (2013.p,62). *Periodistas en las redes sociales.* Madrid : Universidad Carlos III de Madrid .

Jaraba, G. (16 de 1 de 2006). *Un periodismo en la sociedad red*. Recuperado el 19 de 7 de 2015, de Un periodismo en la sociedad red: http://gabrieljaraba.typepad.com/gabriel_jaraba_periodista/2006/01/cualidades_y_fo.html

Martínez, F. (2014.p,193). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales.* Madrid : UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Martinez, F. (2014.p,52). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales.* Madrid: Universidad Complutensse de Madrid.

Murillo & Camino. (2007, p. 33). *Elementos definitorios del Periodismo Digital.* Universidad del Pais Vasco.

Padilla, J. (19 de junio de 2015). desarrollo del periodismo en Loja. (T. Alicia, Entrevistador)

Punin Rivera & Marin, I. D. (2014.p,7). *El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia.* Quito-Ecuador: Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

Romero, L. (2011.p.177). *La historia del Periodismo en el Universo Digital. .* Madrid : Universidad de Sevilla. .

Rost, A. (2006,p.152). *La interactividad en el periodico digital .* Barcelona- España : Universidad Autonoma de Barcelona .

Rueda, V. (2013). *Tesis de Grado.* Loja, p, 8: Loja.

Salaverría, R. (4 de junio de 2015). Cualidades de un periodista digital . (T. Alicia, Entrevistador)

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

Proyecto de tesis previo a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTORA:

Alicia Soledad Torres Calva

LOJA-ECUADOR
2015

a. TEMA

ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA E INTERACTIVIDAD QUE PROMUEVEN LOS DIARIOS LA HORA LOJA Y CENTINELA EN SUS VERSIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES. PERIODO. MARZO-JULIO-2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

b. PROBLEMÁTICA

El periodismo digital en la actualidad ha causado una serie de tendencias en los medios de comunicación tradicionales, esto dio paso a que los diarios incorporen la versión digital y cuentas en redes sociales, captando audiencias y manteniendo la interactividad con los usuarios. Los medios actuales que nacieron como medios digitales se han convertido en el bum del periodismo digital, debido a que facilitan a los internautas el acceso a la información de una manera rápida, interactiva, económica y sencilla.

Si nos situamos en los resultados del Censo 2010 de población y vivienda Ecuador, realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo), se puede evidenciar que en los últimos 6 meses del 2010 el 26,7% de ecuatorianos utilizo internet, en Loja un 26,6% de la totalidad de habitantes, esto nos da una pauta para determinar la cantidad de navegantes que tenemos en la red, mencionar que los usuarios de la internet va en aumento y por ende la búsqueda de información en los diferentes portales web de los diarios.

La Ley Orgánica de Comunicación, en su art. 13 manifiesta que: "Los funcionarios y autoridades públicos así como medios públicos, privados y comunitarios facilitaran la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de comunicación", tomando en cuenta lo expuesto por la ley, los medios de comunicación están obligados a general participación, en este caso llamada interactividad por medio de las páginas web y redes sociales que mantiene los diarios, esta es una forma sencilla

y actualizada que los medios digitales tienen a su alcance para vincularse con la colectividad y general opinión.

En el país la mayoría de medios tradicionales han incrementado su versión digital y cuentas en redes sociales tales como los diarios, El Universo, El comercio, Extra, los canales de televisión no se quedan atrás, Tele Amazonas, Ecu avisa, Gama TV, esto como un medio de actualización y mantener los seguidores. En el ámbito local tememos radios, canales de televisión y diarios que también han creado su versión digital con el fin de captar más lectores; Ecoteltv y UV televisión; radios, Luz y Vida, Ecua sur Fm, Satelital y radio Municipal. Referente a nuestro estudio que son los diarios locales como: Centinela del Sur y La Hora Loja, que también han implementado sus páginas en redes sociales como Facebook y Twitter, que son las más usadas por estos diarios para difundir la información periodística e interactuar con la ciudadanía lojana y como apoya a su portal web.

Para realizar periodismo digital no basta con publicar la misma información que se elaboraba para medios impresos por lo contrario se debe implementar el formato necesario tanto en redacción, calidad y estructura que requieren los medios virtuales para que esta sea una noticia digital y a su vez facilite al lector el acceder y comprender la información de una manera rápida, sencilla, participativa y económica.

Mediante la observación general de los portales web de los diarios La Hora Loja y Centinela, se puede evidenciar que se tratan publicar noticias diversas, aprovechando

la tecnología, con la intención de tener una amplia aceptación; sin embargo, el contenido no cumple con las cualidades que el lector virtual requiere para acceder a una nota en la red, en formato, redacción, contexto y aspecto de los portales web, en el caso de formato es el mismo para medio impresos con notas muy amplias que ahuyentan al lector, la redacción en su mayoría no tiene coherencia o demasiada información en una sola nota desaprovechando la herramienta de hipervínculos que llevan a ampliar la investigación, llevándolo al lector virtual a dudar de la nota ya que no tienen a mano fuentes concretas a las que puedan acceder, a esto se suma la presentación de los portales web en algunos casos hay demasiada aglomeración de elementos que confunden al lector causándole cansancio visual, en cuanto a la interacción la mayoría de medios digitales las promueven por medio de redes sociales, pero en algunos diarios no lograr captar la atención del usuario.

Situación actual del problema

Pese a que existen portales web que publican información digital en Loja, es notoria la limitada producción de periodismo online en los diarios locales, es insuficiente la adecuación de sus formatos y redacción de la información, así como el uso de herramientas para captar la atención del lector convirtiéndolo en un usuario que visite frecuentemente la versión digital del diario.

Al momento de poner en marcha la versión digital de un diario tradicional se debe tomar en cuenta que el uso herramientas en la web darán la pauta para alcanzar audiencias significativas, debido que es un reto para un diario tradicional alcanzar popularidad en un medio digital;así también, un problema para los medios digitales

seria la migración del periodismo tradicional al digital, el uso adecuado del lenguaje y el limitado conocimiento de formatos digitales por parte de los periodistas que elaboran notas para versiones virtuales.

En Loja aún se espera la digitalización de la información en su concepto global; el motivo predominante es la tardanza con la que las nuevas tecnologías se han incluido en esta sociedad, el limitado conocimiento de herramientas web lentifica el proceso de digitalización, a esto se suma la limitada gratuidad, interactividad, multimedialidad e hipertextualidad que generan ventajas como: galería de fotografías, videos, audios y una redacción concisa de la información; sumado al híper-texto que complementan a profundidad los contenidos con una facilidad propia de comunicación e información digital.

Delimitación del problema

Después de haber detallado el objeto de estudio, para conocer a profundidad el tema planteado, se realizaron las siguientes preguntas significativas para luego determinar el problema.

- ¿Qué tan buena es la disposición de la información digital, inmediatez e interactividad que promueven las ediciones digitales del diario La Hora Loja y Centinela?

- ¿Cuáles son las herramientas básicas utilizadas en la producción de diarios en su versión digital La Hora Loja y Centinela?

- ¿Los periodistas se adaptaron a la migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital en los diarios La Hora Loja y Centinela?

- ¿Cuál es la eficiencia complementaria del portal web en cuanto a, texto, formato, fotografía, audios, videos y lenguaje en las versiones digitales de los diarios La Hora Loja y Centinela?

- ¿En estos diarios existen profesionales en periodismo digital y como se da la producción de información para medios virtuales en los portales web de los diarios La Hora Loja y Centinela?

Problema

La escasa producción digital, migración tecnológica, el poco uso de las herramientas digitales, la limitada facilidad de participación o interactividad de la comunidad como lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación en su art. 13, en las ediciones digitales de los diarios La Hora Loja Centinela. Periodo marzo-julio -2015.

c. JUSTIFICACIÓN

El periodismo digital es una nueva representación periodística que se desarrollado en los diarios tradicionales, en este caso de Loja como es La Hora y Centinela convertido en un medio de fácil acceso, económico y rápido al momento de compartir información, este fenómeno empezó en diarios nacionales como una acción de supervivencia y de modernización para captar más seguidores apoyándose en las redes sociales, planteando múltiples maneras de presentarse al público.

Las redes sociales son utilizadas por los medios de comunicación tradicionales y digitales para difundir la información y conseguir más adeptos a sus páginas y con una constante interacción con la ciudadanía, los periodistas aún siguen descubriendo las funciones de las redes en su rutina profesional y cómo incrementar, potenciar el uso de estas como herramientas periodísticas. En la ciudad de Loja la mayoría de medios de comunicación cuentan con sus páginas en redes sociales y portales web para difundir información, los diarios locales le han apostado a este medio de interactividad ciudadana, como una forma de medir audiencias.

Social

Los diarios La Hora y Centinela, mantienen su versión digital para difundir información y a su vez interactuar por medio de las redes sociales como Facebook y Twitter, en pocos de los casos YouTube, para facilitar la información y compartir notas periodísticas.

La mayoría de los lojanos son participes de las redes sociales y poseen una cuentas de Facebook y Twitter, visitando constantemente portales web acudiendo a la necesidad de estar actualizados en la informados de una manera fácil, económica y rápida, pero los diarios antes mencionados tiene una limita producción de periodismo para medios digitales ya que los productos publicados no cuentan con la cualidad que caracterizan a un medio online, como interactividad, mutimedialidad e hipertectualidad, es por eso que se ha planteado este estudio para determinar las causas de esta baja producción de actividad periodística en medios digitales que cuenten con los elementos antes mencionados.

Así mismo se estudiara la limitada participación de la ciudadanía en los medios online locales para determinar la causa por la cual se da este fenómeno en las distintas audiencias.

Académico

Elestudio propuestonos servirá para comprender las nuevas tendencias tecnológicas que los periodistas y medios de comunicación deben cultivar y usar con responsabilidad verificando la fuente y su veracidad dependiendo de esto será la credibilidad e importancia de la noticia digital.

Así mismo nos muestra una visión amplia del manejo de las redes sociales en la ciudad por parte de los diarios locales en su versión digital La Hora, Centinela y Crónica, para informar e interactuar con las audiencias, entendiendo esta nueva tendencia periodística que se viene desarrollando desde 1993 a nivel internacional, en Estados Unidos según Stephanie Falla Aroche, Directora y Redactores artículos digitales, en el portal, Maestros del Web, fue ahí donde empezaron los diarios a crear su

versión digital, a nivel nacional a partir de los 90 y en diarios lojanos desde el 2008 según la historia de cada diario, nos podemos dar cuenta del retraso tecnológico que venimos arrastrando, en este caso solo por falta de información y preparación de periodistas en medios digitales que es limitada en diarios locales.

Institucional

La Universidad Nacional de Loja interesada por la formación académica de sus estudiantes y el aporte de profesionales de calidad al servicio de la ciudadanía lojana y de la Región Sur del país, impulsando proyectos que contribuyan a la comunidad.

En este caso es un aporte a los medios de comunicación y periodistas de la localidad a través de los medios digitales manteniendo a la colectividad informada con responsabilidad y profesionalismo ya que contribuye con datos sobre en periodismo digital en Loja por parte de los diarios La Hora, Centinela y Crónica y análisis sobre el uso de los portales web y la interacción en redes sociales como Facebook y Twitter, por los diarios antes mencionados con la finalidad de tener datos actualizados sobre la aceptación de la versión digital de los diarios locales en la ciudadanía lojana.

Económica

En la vida de todo ser humano está presente el factor económico para poder realizar múltiples acciones de cualquier índole y es que este estudio investigativo nos sirve como un vehículo que a futuro forjé insumos sobre el periodismo digital en la ciudad de Loja, al igual que las bondades y conflictos, para poder entender los resultados como un campo productivo en base a las debilidades y fortalezas que pudieran existir en el objeto de estudio.

d. OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar si la actividad periodística en los portales web de los diarios locales se utilización las herramientas y características del periodismo digital y la interactividad que generan, para detectar el grado de disposición y aceptación de la información por parte de los lectores virtuales de la ciudad de Loja, de los diarios La Hora y Centinela en sus versiones digitales. Periodo marzo-julio-2015.

Objetivos específicos 1.

Analizar los mecanismos, recursos y herramientas usados en el proceso de elaboración de la información de los diarios digitales de La Hora y Centinela. Periodo marzo-julio-2015.

Objetivo específico 2

- Indagar si la migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital en los diarios La Hora y Centinela perjudica la práctica periodística en los portales web. Periodo marzo-julio-2015

Objetivo específico 3

- Comparar si él, texto, formato, fotografía, audios, videos y lenguaje en las versiones digitales de los diarios La Hora y Centinela cumplen con la calidad para ser publicados en sus medios virtuales. Periodo julio-2015.

e. MARCO TEÓRICO

Marco conceptual

Periodismo digital

Como en muchas otras ramas de las Ciencias y del Saber, el periodismo ha cursado continuos cambios a lo largo de la historia. Cambios que afectan a la profesión y a los profesionales. Y todos estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos. Es la tecnología la que marca, en muchos casos, los períodos progresivos de determinados avances.

El verdadero periodismo digital seria el periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, tv o trasladado a la red).

Es una nueva modalidad periodística que se destaca por su actualidad, economía y facilidad para personas que ya conocer las herramientas que ofrece la Web, recibiendo algunos seudónimos como (periódico online, periodismo multimedia, periodismo digital, periodismo en internet y ciberperiodismo). Estos han nacido de diarios tradicionales, pero en la actualidad se está incrementando la producción de periodismo digital llevando a crear periódicos únicamente virtuales, con los procesos básicos de la profesión periodística: la investigación, la producción y difusión. “El periodismo digital permite hacer periodismo a través del ciberespacio, los usuarios pueden producir y difundir diferentes tipos de contenidos y además pueden ampliar la investigación a través de enlaces hacia otras páginas web”. (Arpi, 2013, p.16). Este autor nos da a

conocer algunas características de los diarios online. Ahora bien ¿los diarios digitales disponen de una identidad diferente que en su versión impresa?, ¿los elementos que los componen son diferentes? Estas preguntas las contestaremos a medida que se realice el estudio investigativo propuesto. Por ejemplo en los medios virtuales la difusión es llevada a cabo en tiempo real logrando actualizar minuto a minuto, por diversas plataformas a diferencia del medio impreso, que debe esperar al siguiente día para poder retroalimentar la nota periodística.

> Los medios digitales, merced a la gran versatilidad de las nuevas tecnologías en la Red, han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones en flash, etc., es decir, un texto que es claramente multimedia y que obliga a pensar de qué forma adecuada se pueden estructurar e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector. (Murillo & Camino, 2007, p. 33)

Este concepto nos detalla los elementos que definen a un diario para que este pueda ser online y agradable al lector virtual en cuanto a las nuevas herramientas que nos ofrece los avances tecnológicos en red.

La web 2.0

Cuando hablamos de la web 1.0, web 2.0, web 3.0, nos estamos refiriendo a avances tecnológicos ya que sin la tecnología no es posible la participación a través de estos medio digitales que se desarrollan según su orden en la red siendo parte de tendencias del uso de estas procesos de desarrollo tecnológico de participación y otros elementos que identifican a cada término, pero en este estudio nos referimos únicamente a la web 2.0 ya que esta tendencia esta predominando en nuestro país y ciudad.

> El término ‘Web 2.0’ se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios Con frecuencia el concepto es

> comparado y contrastado con la 'Web 1.0', un término adaptado que describe la teoría y las limitaciones bajo las cuales la Web actual fue construida. (Knight Foundation, 2007,p.32)

Nos damos cuenta que estos términos no son más que denominaciones de aplicaciones tecnológicas, que se desarrollan en la red cada uno de ellos con sus características que los diferencian del otro.

El mismo autor nos comparte un concepto de la nueva tendencia del periodismo virtual debido a los avances tecnológicos una forma de hacer periodismo, participativoen la web.

> Todo se trata de apertura –software de código abierto que permite a los usuarios control y flexibilidad, estándares abiertos para permitir la nueva creación-. Los editores Web están creando plataformas en lugar de contenido. Los usuarios están creando el contenido. (Knight Foundation, 2007,p.32)

Lo que el autor nos da a conocer que se está incentivando a los usuarios a compartir contenidos por parte de los creadores de sitos virtuales, llegando a ser el creador del sitio web un moderador, seleccionador y difusor de contenido que ingresa a la red.

Multimedialidad

Es una de las características del periodismo digital basada en sistemas y elementos que se desarrolla en la web. "Este medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías".(Aroche, 2009). Así lo describe este autor en su portal este concepto es apoyado por: Negroponte, citado por (Martínez, 2014,p.95) en su tesis de doctorado.

> Es que los bits se mezclan fácilmente. Se combinan y pueden usarse y reutilizarse juntos o por separado. La combinación de sonido, imagen en información se llama multimedia; aunque suene complicado, sólo se trata de la mezcla de bits (…….): explican que el soporte digital permite hablar más que de un medio, del multimedia entendido como la integración de los demás medios conocidos: prensa, radio y televisión. (p.192)

Los dos autores coinciden en los elementos que caracterizan a la multimedialidad está acompañada de la interactividad como un todo integrado que se da en la red.

Hipertextualidade hipertexto

Estos términos forman parte de las características del periodismo digital, "permiten acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto". (Aroche, 2009)

> Los contenidos están organizados en una estructura de nudos y enlaces. A través de un hipertexto ideal se pueden asociar contenidos, jerarquizar noticias, contextualizarlas, promover la participación, abrir el medio a otras fuentes. (Martínez, 2014, p. 40)

En los conceptos anteriores podemos darnos cuenta de que es la hipertextualidad y sus elementos que la conforman uno de ellos es el hipertexto, así como las redes sociales fomentan también la hipertextualidad, ya que se trata de plataformas que, a través de enlaces e hipervínculos, convierten la experiencia del usuario en una interacción constante con textos de diversa naturaleza que ellos mismo pueden enriquecer añadiendo comentarios o compartiendo en sus respectivos perfiles con diferentes anotaciones u opiniones.

Interactividad

Este término acompañado de la multimedialidad es otro elemento del periodismo digital e información y otros servicios que encontramos en red. "Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente". (Aroche, 2009). Más conocida en temidos básicos como la participación que se genera en la red, Deuze y Marcos es citado por (Martínez, 2014,p.95), en su tesis de doctorado que cita y analiza lo siguiente.

> 'interactividad' como la habilidad de los usuarios para hacer algo' con una página web online, para manipular el contenido de alguna manera. Si el usuario de noticias puede controlar, aumentar, contradecir, o de lo contrario, adaptarse al contenido, entonces la interactividad está conseguida (…). El concepto hipermedia exige interactividad, que el usuario o receptor no sea un elemento pasivo en el proceso de comunicación (…….).

Estos tres elementos son esenciales para que se desarrolle el periodismo online y que los diarios que implemente esta versión tengan aceptación en las diferentes audiencias por medio de multimedialidad, hipertextualidad, inmediatez e interactividad que hacen de un periódico digital una maravilla al momento de informar.

Inmediatez

Como su nombre lo dice inmediato al instante y en periódicos digitales es una regla principal para que estos tengan éxito en el medio don se desenvuelven como lo explica la autor en la siguiente cita sobre la inmediatez y sus cualidades.

> Algo se pierde al momento de no general inmediatez en los medios virtuales y se gana algo en este proceso de mediación. Se gana en alcance espacial, en dominio del tiempo, en distanciamiento y en conciencia de los usuarios sobre sus propios lenguajes. Se pierde, en cambio, en inmediatez, en realismo, en

> presencia. La mediación introduce la ausencia del sujeto en la situación de comunicación y potencia el sentimiento de autonomía e independencia del mensaje, en definitiva, del binomio medio/signos. García de Torres Y Pau Américo citados por (Martínez, 2014, p. 40)

La inmediatez nos genera más usuarios, y una medición completa de audiencias está acompañada de la interactividad que cada medio posee en base a su calidad e instantaneidad con la que se identifique el medio online.

Redes sociales

El internet con el pasar del tiempo ha desarrollado diferentes aplicaciones que facilitan la comunicación entre personas que pueden conocerse previamente o por medio de las redes sociales compartiendo vínculos, por medio de ellos crear conversaciones, compartir fotografías, videos, ideas, brindándote opciones para elegir a las personas con quien quieres interactuar o lo que intereses de las redes. Así mismo te ofrece formas de promocionar productos, acceder a grupos donde se discuten temas de interés, podríamos decir que las redes hay para todos los gustos, ideologías, edades y creencias.

En la actividad periodística las redes son aplicadas como medio de difusión por medio de vínculos e hipertextos que llevan al portal web del medio online. “las redes sociales en el contexto periodístico enriquecen la transmedialidad, ya que con ellas se ha generado otra forma de narración. Una narración más interactiva y también con ciertas peculiaridades,(Martínez, 2014, p. 40). La autora nos dice que las redes sociales generan participación y presentan nuevas formas de contar las cosas de una forma sencilla que sea compresible para los usuarios de las diferentes páginas sociales.

MARCO HISTÓRICO

Historia de la internet

La internet se ha llevado a crear la interactividad pese a que sus inicios fueron exclusivamente para comunidades académicas y las elites. Pero con el paso del tiempo y los avances tecnológicos se llegó a democratizar la información.

> El Internet nació para comunicar a los guerreros entusiastas de la década más caliente de la guerra fría. Al igual que el primer computador electrónico, Internet fue puesto en marcha por el impulso fundamental dado por los intereses militares del gobierno norteamericano de la época. Sin embargo, desde su creación en 1969 y durante dos décadas, la Red fue un objeto suntuario y exclusivo de las comunidades académicas del mundo desarrollado, hasta que, a comienzos de la década del noventa, la creación de la World Wide Web la lanzó hacia un acelerado crecimiento social nunca visto en la historia por ninguna otra tecnología de comunicación.(Bonilla & Cliche, 2001,p.39)

Fue así como inicio la comunicación electrónica como una táctica de guerra y a comienzos de los noventa empezó su expansión tecnológica a nivel de comunicación e información.

Historia del periodismo digital

Cuando hablamos de periodismo nos referimos investigar, analizar, dale un formato de nota periodística y difundir la información en el caso de periodismo digital es la misma forma pero con elementos diferentes y su inicio se situó en 1993.

> El periodismo digital no es una tendencia nueva, desde 1993 un gran número editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses, publicaron información en la plataforma de Internet y en otras redes digitales (Compuserve, America Online, CompulinkInformation Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general. (Aroche, 2009)

En ese entonces fue cuando comenzó el término periodismo online pero aun no cumplían con las características con las que cuenta actualmente sus primeros periódicos digitales que implementaron sus sitios web fueron.

> El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital. Luego, aparecieron en línea versiones de Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times y más. En 1994, ya era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea, en España, vamos que quiénes fueron los primeros en apostar por esto, si mis fuentes no se equivocan, la primera revista digital que dio opciones interactivas fue una revista de Valencia, "El Temps", en julio de 1994. (Aroche, 2009)

Nos podemos dar cuenta que el periodismo digital empezó primero en los diarios de países que están adelantados en tecnología ya que son los primeros en implementar las nuevas tecnologías en sus periódicos virtuales, en su comienzo lo realizaron de una forma tradicional publicando la misma noticia del medio impreso en lo digital pero con el tiempo fue implementando y desarrollando las diferentes herramientas y tectónicas que el periodismo digital mantiene en la actualidad.

Inicio del periodismo digital en el Ecuador

En el Ecuador a partir de los años 90 muchos de sus diarios impresos adaptaron a su versión digital uno de los primeros que nació como diario digital es Ecuador Inmediato y el Diario Hoy en su inicio con publicación impresa incorporando la versión digital, en la actualidad cuenta con las dos adaptaciones, seguido de otros medios impresos.

A pesar de la escasa agudeza de la Internet, en los años mencionados muchos periódicos del mundoempezaron a migrar sus contenidos; nuestro país no fue la excepción. Primero lo hizo eldiario Hoy, en 1994, fue uno de los primeros de Latinoamérica.

> En la actualidad, la mayoría de los diarios de Ecuador -por no decir todos- tienen su página web. Christian Espinosa, del Blog Cobertura Digital, manifiesta que otro de los pioneros es el diario El Comercio; en el año 1996, su página principal era una "nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones (Marín, 2014,p.6)

Notamos que la tendencia a incorporar la versión digital de todos los medios impresos está a nivel global, en nuestro país se ha realizado con mayor retraso tecnológico pese a esto los medios impresos no se han quedado atrás.

Inicio del periodismo digital en Loja

Diario Crónica circuló por primera vez el 1 de noviembre de 1979. Sus fundadores, un grupo de intelectuales lojanos: Antonio Jaramillo (Director), Alfredo Jaramillo (Presidente) e Ismael Betancourt (Gerente), todos ellos educadores en el Colegio Bernardo Valdivieso y en la Universidad Nacional de Loja. La edición número uno la conforman 8 páginas en blanco y negro; su precio en ese entonces, un sucre.

> En los diarios locales, Crónica de la Tarde es un periódico Lojano de circulación vespertina-diaria a nivel regional, su versión digital fue pública en el 2008 junto a páginas de redes sociales, facebook/diariocronica y twitter/cronicaloja, en web www.cronica.com.ec. Recuperado de (https://www.youtube.com/watch?v=HfS5czcVmEQ) (22:30, 2015)

La Hora un medio impreso a nivel nacional con más ediciones regionales en Ecuador fundado el 23 de agosto de 1982. El éxito de La Hora se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado las noticias nacionales e internacionales. Cuenta con periódicos regionales, entre ellos, La Hora de Loja, La Hora Machala, La Hora Quito, entre otras ediciones, en las redes sociales,twitter.com/lahoraecuador, facebook.com/lahoraecuador, en la web http://www.lahora.com.ec/,

Diario Centinela, con su versión digital desde el 2008 web http://diariocentinela.com.ec/ no cuenta con páginas en redes sociales.

Historia de la web 2.0

El origen de este término se dio a la expansión y nuevas formas de interpretar, usar la red como lo dice en la siguiente cita

> Aparece en los noventa, con la expansión de Internet, la web era básicamente anexada a informar con páginas estáticas, donde lo único que hacían; era hacer clicks en diferentes páginas web. Sin participar de forma activa en la interacción o direccionamiento de la información.(Zomeño & Palomo, 2011.p,8).

Aparece cuando el internet empieza a evolucionar de una forma vertiginosa y esta aparece con el fin de crear una red participativa e incluyente.

> Su inicio se situó en estallido tecnológico del 2001 donde se comenzaron a utilizar las redes sociales como medio de información, promoción y comunicación con diferentes herramientas que facilitan el trabajo en diferentes ámbitos así lo destaca Soraya Zomeño Palomo en su proyecto denominado "la web 2.0". (Zomeño, 2011,p.25).

Fue así como que estallo la evolución tecnológica y la web en el año de 2001 marcó un momento crucial para la web. Mucha gente llegó a la conclusión que la

expectativa sobre la web era exagerada, las crisis económicas suelen ser una característica de todas las revoluciones tecnológicas. Dichas crisis marcan cuando una tecnología nueva esta lista para ocupar su lugar y ascender.

> El término de Web 2.0 fue empleado por primera vez por O'Reilly fundador de Reilly Media y defensor del software libre en la primera conferencia de la Web 2.0 en 2004. El término Web 2.0 se comenzó a utilizar para designar una nueva tendencia sobre la forma de utilizar y concebir la Web. (Zomeño & Palomo, 2011.p,8).

La autora nos detalla las características, motivos, de este término que en la actualidad es muy común en nuestro medio periodístico, arraigado claramente, "con más de 9,5 millones de menciones en Google" como lo menciona (Zomeño, 2011,p.25). Pese a esto existían algunas críticas que afirmaban que se trataba simplemente de una palabra de moda que se comerciado en la web aunque antes de ella estuvo la web 1.0 y tras ella el termino web 3.0 que ya es utilizado en muchos países siendo la segunda de las generaciones en la web.

Historia de las redes sociales

Las redes sociales no son un fenómeno nuevo: Castells, es citado por (Martínez, 2014, p. 40) que analiza la el concepto.

> Las redes no son una forma específica de las sociedades del siglo XXI ni de la organización humana. Las redes constituyen una estructura fundamental de la vida" (……). En este trabajo el concepto de red social que estamos manejando, y sobre el que escribimos, es el que se refiere a las redes sociales de internet como medio para difundir información.

Los orígenes de las redes sociales se remota a una necesidad de estar informados y comunicados de una forma rápida, económica y fácil, el objetivo de su creación se remonta a 1968 como lo explica la autora:

> En sus comienzos era una red limitada conocida como ARPANET, a través de la que solo se compartía información entre universidades de alta tecnología y centros de investigación. Esta información se intercambiaba a través de correos electrónicos, en la actualidad se ha convertido en una red de redes tanto en la comunicación e información a nivel mundial.(Herrero, 2013.p,96)

Es así como califica a la internet como una red de red que se desarrolló a nivel mundial empezando con el nombre de ARPANET como una necesidad de trasmitir información entre universidades de alta tecnología en ese entonces.

Twitter

Es una red social que permite a sus usuarios compartir información datos como pequeñas entradas de texto, imágenes y enlaces, fue creado por un grupo de jóvenes el 21 de marzo del 2006, pero el que estuvo frente a la esta idea fue Jack Dorsey desarrollador de software y empresario estadounidense.

> Jack Dorsey tuvo la idea, el proyecto se desarrolló dentro de la compañía Obvious LLC, en San Francisco, California, Estados Unidos, durante los seis meses posteriores fue desarrollado internamente con datos de amigos y familiares. (Herrero, Periodistas y redes sociales en España, 2013,p. 17)

El autor nos da a conocer que el proyecto se lo implemento como experimento entre amigos y familiares para luego aplicarlo como red social. En octubre de ese mismo año, fue oficialmente lanzado al público pero hasta el 2007 empieza a tener adeptos. La versión en español fue lanzada el 2 de noviembre del 2009 y luego otros idiomas como Francés, Italiano y Alemán.

> Es un servicio gratuito de microblogging, que también funciona como red social, permite a sus usuarios enviar y leer 'tweets' -pequeñas entradas de texto- de una longitud máxima de 140 caracteres. Estos mensajes son enviados desde el sitio web de Twitter por vía SMS, desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea o incluso desde cualquier aplicación de terceros como como puede ser Twitterrific, Tweetie, Facebook, Twinter, Tweetboard o TweetDeck-en inglés. (Herrero, Periodistas y redes sociales en España, 2013,p. 17).

Twitter fue creado por un grupo de jóvenes el 21 de marzo del 2006, pero el que está frente a la esta idea y fue parte de ella es Jack Dorsey desarrollador de software y empresario estadounidense. Comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de la compañía Obvious LLC, en San Francisco, California, Estados Unidos, durante los seis meses posteriores fue desarrollado internamente con datos de amigos y familiares. En octubre de ese mismo año, fue oficialmente lanzado al público pero hasta el 2007 empieza a tener adeptos. La versión en español fue lanzada el 2 de noviembre del 2009 y luego otros idiomas como Francés, Italiano y Alemán.

Facebook

Nació como red social para comunicar estudiantes de la Universidad de Boston con herramientas sencillas que con el tiemplo se fueron incorporando nuevas herramientas para mejorar su servicio.

> Fue creado en 2004 por Mark Zuckerberg, estudiante de la universidad de Harvard, como un servicio para los estudiantes de su universidad luego se expandió a las universidades MIT, Boston University y Boston College y las más presitigiosas instituciones de Estados Unidos.(Herrero, Periodistas y redes sociales en España, 2013,p. 17)

Su oficina está situada en Palo Alto, California y había recibido el apoyo financiero de Peter Thiel primero (co-fundador de Pay-Pal e inversor ángel) (500 mil U$D) y el AccelPartners después ($12.7 millones). Ese mismo año incorporó, a los alumnos de más de 25 mil escuelas secundarias y dos mil universidades de estados unidos y el extranjero, logrando un total de 11 millones de usuarios.

Hipertexto

Este denominación utilizada muy frecuentemente en el periodismo digital y nace como una herramienta de la red en el desarrollo de la democratización de la internet.

> Nos remontamos a 1945, cuando Vannevar Bush diseñó el Memex, que era una máquina que almacenaba mucha información con capacidad de crear distintos caminos / enlaces para recuperarla. Esto no se llegó a construir, pero fue la "primera piedra" que daría paso al nacimiento del hipertexto, denominado por Ted Nelson 20 años más tarde. (Oron Cano, 2014)

Sus fines fueron el de crear en la red una información no lineal dando paso a seguir varios caminos que son diferentes para cada usuario llevando a que se complemente la información entre sí por medio de los hipertextos.

Marco referencial

Internet y la democratización de la información

La internet desde sus inicios facilito la comunicación pese que empezó como táctica de guerra y luego fue utilizada en ciertas elites, con el tiempo se fue democratizando hasta llegar a ser una red a nivel mundial, desarrollando diversas formas de comunicación y acceso a la información, llevando a crear nuevas tendencias virtuales y facilitando el trabajo en el campo educativo, publicitario, periodístico, comercial, entre otros, pero también fue utilizado para fines perniciosos como lo destacan las organizaciones: UNICEF, La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la ONU en la Cumbre mundial sobre la sociedad de la información realizada en Ginebra 2003-Túnez 2005.

> En Internet abunda la oferta de servicios y negocios fraudulentos. Pornografía. Prostitución. Estafas. Tráfico de Armas y de Drogas. A través de Internet se realizan grandes estafas y se financian fondos para el terrorismo asesino. Por ello, a través del tiempo, después de un buen comienzo, hemos llegado a un punto en el que debemos DETERMINAR las REGLAS DEL JUEGO, para este mundo virtual de la información. Se debe establecer un Estado y fundarlo sobre bases sólidas de organización y con objetivos y metas contundentes y comunes, afines a los intereses de la humanidad. (Sociedad Informatica, 2005, P.14).

Con estos antecedentes expuestos en las actas de la cumbre antes mencionada podemos terminar que la red tiene sus pros y contras según los fines de cada persona, organización o empresa, para la cual la utilicen, pero sin lugar a duda por eso no deja de ser una aliada en la profesión periodística, en los demás ámbitos profesionales.

Existe varios conceptos para definir la internet pero el más conocido es: "no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma" (Rodríguez, 2007, p. 56). El autor nos ofrece un concepto básico de la red pero con una característica que es la independencia y autonomía de cada una de sus conexiones.

> La tecnología de nuestra sociedad no es fascinante e hipnótica por su propio poder, sino a causa de que parece ofrecernos un esquema de representación privilegiado a la hora de captar esa red de poder y control que resulta casi imposible de concebir para nuestro entendimiento y nuestra imaginación: esto es, toda la nueva red global descentralizada de la tercera fase del capitalismo. (Romero, 2011,p.182)

La mayoría de autores coinciden en la definición de la internet como una forma de comunicación electrónica las cuales se derivan los correos electrónicos, chats, videos conferencias, páginas sociales, muros, publicaciones, entre otras formas de comunicación que se dan en la misma pero cabe recalcar lo que los dos autores sostienen que es una red global autónoma con limitaciones para los sectores de bajos recursos económicos pero que está al alcance de todo ser humano.

Desde su inicio la evolución tecnología ha sido notoria a nivel de comunicación electrónica con la incorporación de nuevas tendencias y formas de comunicación e información en plataformas digitales, llevando a incorporar herramientas, elementos que

generan inmediatez, facilidad, accesibilidad, reducción de tiempo y recursos para acceder a la información y demás servicio que ofrece la red.

Características del periodismo digital

En el periodismo online se destacan diferentes por diferentes formas de presentación y producción como lo menciona (Albornoz, Periodismo digital, 2006,p.4). "están aquellos contenidos producidos exclusivamente para el sitio, los cualesse renuevan a lo largo del día. Se trata de un flujo de actualización permanente integradoprincipalmente por información provista por las redacciones digitales" como lo menciona el autor una de sus principales características es la actualización inmediata con información exclusiva para el sitio digital, encontramos contenidos informativos derivados de la edición impresa, que seactualizan a diario así lo explica el autor en la cita.

> …suelen estar presentes en dos formatos: 1) el HTML, propio de la Red, que suele alimentar las diferentes secciones del diario online, y 2) el formato PDF, que permite mostrar los contenidos tal cual fueron diseñados para la edición impresa, y es comercializado por separado (suscripción de pago). (Albornoz, Periodismo digital, 2006,p.4)

También tenemos aquellos contenidos informativos provenientes de los suplementosimpresos que suelen publicarse en diarios digitales tal como en el papel. Éstos tienen una frecuencia deactualización diaria, semanal o mensual diferenciando de la actualidad inmediatez e interactividad que promueven los diarios en el periodismo digital.

> Desde hace algunos años, el protagonista absoluto de Internet es el usuario. Vos y yo. Somos nosotros quienes producimos y consumimos contenidos (textos, fotos, audios, videos, links, etc.) y quienes nos unimos con otras personas para compartir información o para hacer nuevos amigos. (Zanoni, 2008, p. 28)

Los elementos detallados por el actor son los que hacen de periodismo digital que sea multidimensional ya que presenta múltiples acciones para el usuario.

> Para el periodista José Cervera las redes sociales constituyen, efectivamente, la tertulia de Internet, sitios donde la gente intercambia información, donde hablan unos con otros. Cervera establece dos vertientes interesantes que se producen dentro de las redes sociales, de un lado, la de mantener el contacto con otras personas, y de otro, la de aprender cosas nuevas. (Martínez, 2014,p.95)

Estos autores nos dan a conocer conceptos básicos para describir que son las redes sociales y el papel que desempeña el usuario en al momento de general contenido en la red

> Los medios de comunicación no pueden obviar que sus redactores pasan más tiempo consultando Facebook, Twitter o Google+ para nutrir sus informaciones: "Al margen de la blogosfera, las redes sociales y las infinitas vivencias personales que albergan representan un nuevo yacimiento de información" (López & Marzal, 2011,p. 68)

A este concepto de Barrero nos apoyamos para afirmar que la difusión de la información de los portales web de los periódicos virtuales por medio de las redes sociales por las que de suma importancia para alcanzar el éxito y captar más seguidores a esto acompaña el siguiente concepto que es una de las cualidades que prestan las redes sociales.

> El hipertexto fragmenta, dispersa o atomiza el texto de dos maneras afines. Primero, suprimiendo la linealidad de lo impreso, libera los pasajes individuales de un único principio ordenador: la secuencia y amenaza con transformar el texto en un caos. Y, luego, destruye la noción de texto unitario y permanente.(López & Marzal, 2011,p. 68)

El hipertexto viene acompañado de Fotografías, vídeos, infografías estáticas, o en movimiento, audios y por supuesto el texto son formatos que se utilizan combinados, o

por separado, para contar cualquier historia. Internet ha propiciado esta multiplicidad de formas dando lugar a auténticos contenidos multimedia que no se oprimen a un único soporte.

Crear textos impresos no es suficiente para los entornos digitales porque audios, videos, textos, fotos, infografías pueden contar una historia, dándole la posibilidad al usuario de hacerlo no en forma lineal, esto quiere decir que el usuario escoge el orden desde dónde y cómo quiere comenzar y terminar en el ciberespacio.La adaptación de los textos a este nuevo estilo es muy necesario, pero no se debe descuidar que lo primordial son los contenidos. "Periodistas y Comunicadores deben tener presente que la redacción y publicación en línea deberá tener recursos como el hipertexto para enriquecer la información." (Herrero, Periodistas y redes sociales en España, 2013,p. 17)

Guillermo Franco, citado por (Arpi, 2013, p. 98), nos dice que existen tres niveles de utilización de la estructura de la pirámide invertida que se utiliza en los medios digitales y los detalla de la siguiente manera:

- Nivel básico de utilización: Texto lineal colocado en una misma página Web.
- Segundo nivel de utilización: Texto lineal dividido temáticamente en la misma página Web.
- Tercer nivel de utilización: texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas Web.

Las formas en las que se puede presentar las notas digitales para no causar una linealidad y que cada usuario sea libre en la forma de informarse en red se debería utilizar el tercer nivel texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes

páginas Web,Salaverríaes citado por Arpi, para destacarque el hipertexto es e interpreta lo siguiente:

> "un documento que se construye enlazando distintas piezas textuales o audiovisuales, interconectadas entre sí". El hipertexto es una herramienta insuperable por la posibilidad de ir de una página a otra, permite que cada usuario componga el panorama en el cual se pueda ubicar la información que le ha interesado, pero el hipertexto va más allá, es una forma de escritura donde cada bloque de textos pueden ser acomodado de diversas maneras, de tal forma que adquieren distintos sentidos de acuerdo al orden que se da.(Arpi, 2013, p. 98)

Este concepto apoyaría a los niveles propuesto por Guillermo Franco Según que nos presenta la teoría de la pirámide invertida que se utiliza en medio tradicionales pero que para nuestro caso sería aceptable el tercer nivel.

Características y ventajas del Periodismo Digital

El periodismo digital tiene sus características que lo diferencian del periodismo tradicional, si una publicación en un medio online contiene todos estos elementos conseguirá más audiencia y seguidores de sus publicaciones.

f. METODOLOGÍA

La metodología a utilizar en la presente investigación permitirá obtener los resultados planteados para encontrar diferentes soluciones a los problema; de esta manera nos facilitaran exponer nuevos conceptos en la construcción de una propuesta sobre:Estudio de la actividad periodística e interactividad que promueven el diario La Hora Loja, Crónica de la Tarde y Centinela en su versión digital y redes sociales. Periodo. Marzo-noviembre-2015.

Método Inductivo

Mediante este método el presente proyecto de estudio planteado partirá de lo particular a lo general, empezando con la suposición del estado del problema planteado en las páginas anteriores para conocer las causas y consecuencias generales del problema.

Para este método se iniciara con la fuente de la dificultad hasta llegar a las audiencias que son las bases para detectar el problema y sus alternativas de solución.

Método deductivo

Para comprobar la efectividad del método inductivo y tener menos errores al momento de analizar los resultados contrastando los resultados y la sintaxis que los dos métodos arrojan partiendo de lo general a lo particular sus resultados dependerá de la cantidad de problemas y consecuencias encontrados a profundidad por que iniciamos con lo básico para ir a los detalles de objeto de estudio.

Método estadístico

Este método nos permite plasmar los datos recogidos como la tabulación de encuesta**,** entrevistas y medición de audiencias recogidos durante el proceso de investigación y a su vez extraer datos, para luego pasar a su interpretación.

Método cuanticualitativo (mixto)

Estos dos métodos se complementaran para investigar las la actividad periodística de los diarios La Hora, Centinela y Crónica de la ciudad de Loja en sus versiones digitales, periodo marzo-julio 2015, y la participación que generan en la ciudadanía, ya que nos permite contrastar cualidades basándonos en datos numéricos, cantidades para una mejor complementación de la técnica utilizada en la investigación ya que para esto se utilizarla la observación y análisis de los portales web su formato y contenido, actividad periodística que se da en ellas, la participación de los usuarios.

INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Encuesta

Esta técnica se aplicara a los habitantes de la ciudad de Loja para conocer en cuantos usuarios que poseen cuentas en redes sociales y las utilizan como medio de información y la vez conocer si estos utilizan las versiones digitales de los diarios locales para informase y si estos prestan la facilidad, economía, rapidez, al momento de ingresar al sitio web.

Para la aplicación de esta técnica se utilizará la siguiente fórmula para sacar una muestra de los habitantes de la ciudad para establecer el número a encuestar en público de determinado de 18 a 40 años promedio.

02 x P x Q x N

N= _____

E2 (N-1) +02 x P x Q

02= Sigma (nivel de confianza) 2

N= Universo o Población

E= Margen de error (5%)

P= Varianza (probabilidad de que no ocurra el hecho) 50

Q= Varianza (probabilidad de que ocurra el hecho) 50

Análisis y observación

Este serviría para analizar el tipo de periódico online, lugar, fecha de publicación del contenido, tipo de texto difundido, Titular, sección, participación, de promedio de las redes sociales, tipo de red social, para lo cual se utilizara las siguientes fichas.

Tabla de análisis de contenido para los portales web

Nombre del diario online	Descripción del contenido
Fecha de observación y análisis	Descripción del contenido
Fecha de la publicación analizada	Descripción del contenido
Tipo de texto difundido	Descripción del contenido
Análisis de la sección	Descripción del contenido
Análisis del titular	Descripción del contenido
Participación de los usuarios a través de las redes sociales.	Descripción del contenido

Tabla de análisis de contenido de redes sociales

Diario y Tipo de red social	Descripción del contenido
Cantidad de seguidores	Descripción del contenido
Fecha y hora de observación y análisis	Descripción del contenido
Fecha de la publicación de contenido	Descripción del contenido
Cantidad de comentarios o like	Descripción del contenido

Tipo de publicación (farándula, política, economía o hechos cotidianos)	Descripción del contenido
Tipografía utilizada y calidad (texto, fotografía, audio, figuras, imágenes animadas y video)	Descripción del contenido

Entrevistas temáticas, investigación y opinión

Dirigidas a los directores de los diarios locales: La Hora; Lic. Cecilia Correa Granda, Centinela; y las personas que manejar la versión digital y las redes sociales. Para conocer e investigar cuanto saben sobre el tema "periodismo digital" y el uso de sus herramientas y elementos que lo conforman.

Encuestas vía redes sociales

Se las realizara para determinar la aceptación que tienen los diarios locales online en un público específicos que son los usuarios que están contantemente en red.

g. CRONOGRAMA

MESES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMB				OCTUBI			
ACTIVI S	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aprobaci proyecto	x	x	x	x																												
Revisión literatura					x	x	x	x																								
Elaboraci material Para métodos									x	x	x																					
Aplicació métodos												x	x	x	x																	
Interpreta resultado															x	x	xx	x														
Propuesta																			x	x	x	x	x									
Correcció errores En la papeleo																								x	x	x	x	xx	x	x	x	

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

CANTIDAD	MATERIALES	COSTOS
1	Computadora	200
1	Cámara	90
1	Grabadora	60
1	Celular (llamadas para entrevistas)	20
500	Papel (encuestas y para publicación,)	30
6	Plumas	2
1	Personal trasporte	35
4	Internet meses	50
1	Honorarios del investigador	700
TOTAL:		**$1.187**

I. BIBLIOGRAFIA

22:30, h.-s. (01 de febrero de 2015). *Crónica* . Obtenido de Cronica : https://www.youtube.com/watch?v=HfS5czcVmEQ

4, C. (s.f.).

Albornoz, L. (2006,p.4). *Periodismo digital* (primera edicion ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Aroche, S. (26 de octubre de 2009). *Maestros de la web*. (S. Aroche, Editor, & S. Aroche, Productor) Recuperado el 31 de enero de 2015, de Maestros de la web: http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/

Arpi, R. (2013, p. 98). Cienca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Arpi, R. (2013, p.16). Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Bonilla & Cliche, M. G. (2001,p.39). *Internet y sociedad en.* Quito: Rispergraf.

Chavez, P. M. (2014 P, 1). *COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES.* Quito: Universidad Central del Ecuador.

Herrero, E. (2013,p. 17). *Periodistas y redes sociales en España.* Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.

Herrero, E. (2013.p,96). *Periodistas y redes sociales en España : del 11M al 15M (2004-2011).* Madrid : Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Knight Foundation. (2007,p.32). *Periodismo 2.0.* Texas: Universidad de Texas.

López & Marzal. (2011,p. 68). *NUEVAS TENDENCIAS E HIBRIDACIONES.* España: Comunica, Asociación para el Desarrollo de la Comunicación.

Marín, P. R. (2014,p.6). El periodista digital en Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos, 1*, 6.

Martínez, F. (2014, p. 40). Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Martínez, F. (2014,p.95). Madrid: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN.

Martinéz, G. F. (2014 p.53). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales.* Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Murillo & Camino. (2007, p. 33). *Elementos definitorios del Periodismo Digital.* Universidad del Pais Vasco.

Oron Cano, L. (11 de octubre de 2014). *Periodisme Digital*. Recuperado el 30 de enero de 2015, de Periodisme Digital: http://totsobreperiodismedigital.blogspot.com/2011/10/origenes-del-periodismo-digital_03.html

Rodríguez, Á. a. (2007, p. 56). *Iniciacion de la Red Internet.* España: © Ideaspropias Editorial.

Romero, D. L. (2011,p.182). *La historia del periodismo en el universo digital.* Madrid: Universidad de Madrid.

Sociedad Informatica, d. N. (2005, P.14). Cumbre mundial sobre la socidad de la información Ginebra 2003-Túnez 2005. *GOBIERNO DE INTERNET* (pág. 14). Túnez: SOCIEDAD INFORMATICA DEL NORTE.

Zanoni, L. (2008, p. 28). *El imperio digital.* Buenos Aires : B Argentina S.A.,.

Zomeño & Palomo, S. (2011.p,8). *La Web 2.0.* Valencia, España: Facultad de Informática.

Zomeño. (2011,p.25).

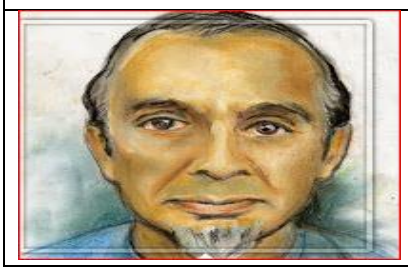
Entrevistas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
FICHA DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA DE OPINIÓN SOBRE LA VERSIÓN DIGITAL DE LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA	Nro. 1

Lugar: Ciudad de Loja	**Fecha:** 24/6/2015	Hora: 17:12

DATOS DEL INFORMANTE



Nombre: Bolívar Enrique Loján Fierro

Nivel educativo: Ingeniero: en sistemas y Mg. En Informática Educativo y manejo de la web 2.0.
Profesor durante 35 años de la Universidad Central de Venezuela

1. COMPORTAMIENTO DEL INFORMANTE

El informante colaboro adecuadamente con lo requerido para la entrevistas dando a conocer sos diferentes tipos de vista en cuanto al tema y a los diarios investigados.

2. TRABAJOS REALIZADOS POR EL ENTREVISTADO CON RELACIÓN AL TEMA

Blogs: Compartiendo experiencias, Prometeos Lojanos, Emprendiendo desde Loja, al sur de Ecuador

Nueva democracia desde Loja, ProyectoMate: Matemáticas comunitarias, de todos para todos, Yo también quiero proponer, Nadadores lojanos, Loja democrática, Madres y padres proactivos, Ni lo uno ni lo otro, más bien todo lo contrario.

3. DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

Objetivos: Este tipo de entrevista nos posibilito saber cómo califican a la actividad periodística que realizan los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales. Así también saber loa gustos y tendencias de la información a través de medios digitales en la ciudad de Loja.

1. ¿Qué le motivo a incursionar en el periodismo digital?

En sus inicio no realizaba información vía redes sociales, sino realizaba academia mediante mi blog a mi llegada a Loja me di cuenta que en Loja no lee mucho y bueno me toco acoplarme a la situación para denunciar temas que la ciudadanía necesitaba saber, realizando periodismo comunitario a través de redes sociales en complemento con el blog.

2. La necesidad de actualización o instantaneidad de la información y comunicación y los nuevos avances tecnológicos han evolucionado múltiples herramientas en red. ¿Usted cree que algunas de estos escenarios han llevado a los medios impresos locales como La Hora-Loja y Centinela a implementar versiones digitales o buscan otros intereses individuales?

Los diarios en especial locales se vieron obligados a tener su propio portal web, mas no les motivo

las ganas de informar eficientemente a sus usuarios si no que ellos tratan de defenderse para no morir.
No es una motivación de cambio si no que una motivación forzada por la situación de la competencia y no quedarse detenidos que seguramente van directo a desaparecer, pero en esto hay que tener en cuenta que para ellos se debe tener una buena página web con todas sus características para poder sobresalir en este medio competitivo.

3. Usted como generador de información digital ¿Cómo definiría la actividad periodística que realizan los diarios locales La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales, las características de tal información difundida en los mismos nos permitiría considerarlo como periodismo digital?

En caso del diario Centinela no me gusta porque es difícil encontrar la información la presentación no es agradable es complicada al momento de ingresar a las secciones que requieres, como voy a ingresar a una página de noticias para buscar noticias debo ingresar y ahí encontrar ya las noticias, debe estar al inicio las opciones de noticias que requieres saber.
En el caso de la Hora tiene una buena presentación digital porque en la misma página usted puede ir a cualquier región, mes o día para verificar la información, ejemplo noticias de Loja, pero cuando usted baja a la noticia esta no se puede compartir ni comentar no permiten la interactividad.

5. ¿Qué fuentes de información utiliza para realizar periodismo a través de su portal web y redes sociales, ha compartido información de las versiones digitales de los diarios La Hora Loja y diario Centinela?

Más bien como referentes para investigar más el tema que ellos presentan, pero preferible es a nivel nacional y bueno comparto muchísimo los temas de interés que estos diarios presentan porque a pesar de sus carencias de periodismo digital si presentan buenos de temas de interés que se puede trabajar.

6. ¿Consideraría que la información difundida por estos diarios en sus versiones digitales es de actualidad y se utilizan los recursos necesarios como, enlaces, hipervínculos, hipertexto, fotografías, audios, videos para dale un sentido dinámico agradable al lector virtual?

En su mayoría no. porque publican las noticias diariamente como un diario impreso mas no como un diario digital que requiere actualizarlo al instante estar generando información contantemente durante el día y si es posible hasta la noche sobre temas que requiere saber la ciudadanía.

7. ¿Usted desde su experiencia, cree necesario utilizar en la difusión de información digital, videos, hipertexto, fotografías y Hastings?

Necesarísimo, desde mi experiencia he podido darme cuenta que un video o una imagen tiene más visitas que un texto por más corto q sea la imagen bien enfocada y que describan el tema no necesitan de texto más bien es necesario compartir un enlace junto a la imagen o video para más información si el usuario la requiere utilizando las habilidades 2.0 que encontramos en la red.

8. **¿Cómo calificaría a la participación o interactividad que generan los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales y redes sociales en el proceso de la información?**

Es de suma importancia en esta clase de periodismo porque se caracteriza por tal de doble vía, el diario publica la información y el ciudadano la complementa o su sugiere sobre que cambias realizar pero esto no quiere decir que vayamos a recoger cada sugerencias de los seguidores, si no que más bien ver un promedio o mayoría de recomendaciones para tomarlas en cuenta y en algunos casos investigar si el aporte el usuario es real o está equivocado para poder desmentir o respaldar esa respuesta.

9. **¿Usted promueve la interactividad en su diario digital y cuentas de redes sociales que estrategias o herramientas utiliza para lograrlo?**

Si, en mi caso respondo seguidamente inquietudes de mis seguidores, en algunos casos hay usuarios que hasta te insultan pero hay que tener táctica para saber que responder o ignorar esto, por unos pocos no vamos a perjudicar a todos que comentan para apartar sus dudas y aportar algún contenido respecto al tema, eso también depende de la calidad de seguidores, en Facebook tenemos de todo, pero en twitter, páginas y blogs ya tenemos usuarios un poco más intelectuales que respetan la opinión de otros y responden de una forma simpática.

10. **¿Qué tipo de noticias comparte a través de sus páginas sociales; economía, política, farándula, problemas sociales, locales, que genero tiene mayor acogida?**

Lo mío es información comunitaria enfocándome en problemas sociales, realizando denuncias ya que tengo una buena acogida a nivel local y general porque me he dado cuenta que visitan mis paginas a nivel nacional e internacional con la universalidad de la información en la red podemos estar en todo lado.

11. **Hablemos de la migración periodística: no es lo mismo un periodista que en su formación académica le hayan enseñado a utilizar herramientas digitales que al periodista que le toco aprender por su cuenta ¿Cree que la migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital afecta a un diario digital?**

Creo que más bien se trata de innovación y acoplarse a la situación independientemente de nuestra especialidad debemos saber actualizarnos y estar pendiente de los nuevos avances tanto en tecnología como en las demás áreas, aún más si se trata de un periodista que debe estar adquiriendo conocimientos todos los días.

Observaciones:
Estas entrevistas ayudaron a comprender mejor la digitalización de la información y que características deben ser utilizadas para que estas se conviertan en periodismo digital.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
FICHA DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA DE OPINIÓN SOBRE LA VERSIÓN DIGITAL DE LOS DIARIOS LA HORA-LOJA Y CENTINELA	Nro. 2

Lugar: Ciudad de Loja	**Fecha:** 4/5/2015	Hora: 15:20

DATOS DEL INFORMANTE

Nombre: Boris Israel Sarango Borja

Nivel educativo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de Loja.
Trabajo en el diario la Hora Loja y en la actualidad en departamento de comunicación del Consejo Nacional Electoral.

4. COMPORTAMIENTO DEL INFORMANTE

El informante colaboro adecuadamente con lo requerido para la entrevistas dando a conocer sos diferentes tipos de vista en cuanto al tema y a los diarios investigados.

5. TRABAJOS REALIZADOS POR EL ENTREVISTADO CON RELACIÓN AL TEMA

Mi primer Reporte Diario Digital: www.miprimerreporte.com

6. DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

Objetivos: Este tipo de entrevista nos posibilito saber cómo califican a la actividad periodística que realizan los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales. Así también saber loa gustos y tendencias de la información a través de medios digitales en la ciudad de Loja.

1. **¿Qué le motivo a incursionar en el periodismo digital?**

La motivación principal fue el gusto por la internet y específicamente las redes sociales el cual las utilizaba para informe e informar y bueno decidí utilizar las redes para publicar información por medio de ellas ya que fui unos de los primeros en recurrir a estos medios digitales en la ciudad para informar.

2. **La necesidad de actualización o instantaneidad de la información y comunicación y los nuevos avances tecnológicos han evolucionado múltiples herramientas en red. ¿Usted cree que algunas de estos escenarios han llevado a los medios impresos locales como La**

Hora-Loja y Centinela a implementar versiones digitales o buscan otros intereses individuales?

Más bien lo realizan por no perder seguidores ya que la actividad que ellos realizan por medios digitales no es periodismo digital, es una acción para no quedarse atrás de los demás diarios y que las nuevas tendencias, necesidades y competencia los está dirigiendo hacia lo virtual no solo a estos diarios sino a todos los diarios impresos a incursionar en los medios digitales ese es el camino que les queda para no desaparecer o quedarse estancados.

3. **Usted como generador de información digital ¿Cómo definiría la actividad periodística que realizan los diarios locales La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales, las características de tal información difundida en los mismos nos permitiría considerarlo como periodismo digital?**

Por la experiencia por mi trabajo en diario La Hora-Loja, no se realiza un periodismo digital como tal, el hecho de publicar el medio impreso en digital es considerado como tal porque para ello se necesita mecanismos que caracterizan al periodismo digital.Los diarios locales aún tienen la mentalidad de que no publican la noticia al instante porque su competencia les va a ver y al otro día les van a copiar el mismo contenido. En base a eso no realizan netamente periodismo digital en sus plataformas simplemente trasladan los contenidos a una página web excluso el lenguaje no es el adecuado para un medio digital.

4. **¿Qué fuentes de información utiliza para realizar periodismo a través de su portal web y redes sociales, ha compartido información de las versiones digitales de los diarios La Hora Loja y diario Centinela?**

No, más bien ha sido al contrario por la confianza y actualidad que le damos a nuestra página desde el diario Centinela tanto en fotografía e información porque estos diarios no general actualidad.

a) **¿Consideraría que la información difundida por estos diarios en sus versiones digitales es de actualidad y se utilizan los recursos necesarios como, enlaces, hipervínculos, hipertexto, fotografías, audios, videos para dale un sentido dinámico agradable al lector virtual?**

La imagen supera un 50% de contenido en especial Facebook que es netamente visual, pero no es lo mismo publicar una fotografía política que una de un accidentes de cualquier índole que tiene mayor acogida por los usuarios, los videos y audios son muy importantes para no hacer pesada la información más aun cuando nuestros lectores son jóvenes y personas ocupas que no tienen tiempo de leer la noticia pero si escucharla o ver una fotografía o video.

b) **¿Usted desde su experiencia, cree necesario utilizar en la difusión de información**

digital, videos, hipertexto, fotografías y Hastings?

Si es la base fundamental que le caracteriza al periodismo digital por el simple hecho de que el público en las redes y páginas virtuales es un público netamente que busca información rápida corta en su texto pero a su vez completa. Es fundamental para que el lector no se canse al momento de acceder a la información y la utilización de enlaces que le dan un dinamismo a la noticia.

c) ¿Cómo calificaría a la participación o interactividad que generan los diarios La Hora-Loja y Centinela en sus versiones digitales y redes sociales en el proceso de la información?

El periodismo digital se basa en la interacción que le permite al usuario comentar o expresar su opinión ya que ya no son meros receptores de información sino que son quienes comentan, quienes califican la información, ellos son el complemento de la información tanto en redes sociales y las páginas web.
Los medios mencionados no realizan esta forma de interacción con los usuarios en caso La Hora las redes sociales son manejadas desde Quito tanto Facebook como Twitter, aquí solo se pública la noticia más no generan interactividad.

d) ¿Usted promueve la interactividad en su diario digital y cuentas de redes sociales que estrategias o herramientas utiliza para lograrlo?

Si tratamos al menos de responder inquietudes de los usuarios y recomendaciones respeto a que tema investigar o lo que el seguidor necesita saber, en algunos casos sobre el tema ya publicado y en otros casos temas aparte o servicios sobre requisitos para obtener servicios públicos, como por ejemplo requisitos para ingresar a la Agencia Nacional de Tránsito y temas de esa índole.

e) ¿Qué tipo de noticias comparte a través de sus páginas sociales; economía, política, farándula, problemas sociales, locales, que genero tiene mayor acogida?

Sin lugar a duda la crónica roja eso es lo más buscado y visitado aún más en redes sociales, a este contenido los usuarios le dan más me gusta, comparten, comentan a diferencia de noticias sobre economía, política, culturares, los deportes también es un género muy visitado dependiendo del equipo de futbol y su hinchada, básicamente nuestra página comparte de todo tipo de información.

f) Hablemos de la migración periodística: no es lo mismo un periodista que en su formación académica le hayan enseñado a utilizar herramientas digitales que al periodista que le toco aprender por su cuenta ¿Cree que la migración de la actividad periodística de lo tradicional a lo digital afecta a un diario digital?

La experiencia como periodista, sabiendo redactar bien y teniendo las bases para luego incursionar en lo digital ya que para esto se requiere conocimientos bases de periodismo, si cuesta un poco acoplarse a esta tendencia de realizar periodismo virtual pero no es nada del otro mundo al cual los

periodistas nos podemos conectar a esta tendencia.
Observaciones: Estas entrevistas ayudaron a comprender mejor la digitalización de la información y que características deben ser utilizadas para que estas se conviertan en periodismo digital.

TABLAS DE CONTENIDO

Contenido de la versión digital del diario Centinela www.diariocentinela.com.ec	
Datos informativos	**Correo**: info@diariocentinela.com.ec **Dirección:** José Félix 14-48, Loja **Teléfonos:** +593 7 2588 506
Fecha y hora del monitoreo.	18 de junio del 2015, 20 H: 00
Estadísticas de visitas al portal web del diario medidos con Alexa.com	**Rango Global en los últimos tres meses** Rango de visitas: 954,346. Porcentaje 95,309 de 100,000 Porcentaje de rebote: 79.50% 19.00% Páginas vistas diarias por visitante; 1.10 16.79% Tiempo diario en el sitio: 1:21 33.00% **Rango de visitas en Ecuador estimado en el mes de junio** Rango de visitas en Ecuador: 1,925. Porcentaje 75,4% de 100.000 Paginas que han enlazado a este diario: 50
Secciones que mantiene el diario.	Inicio, Quiénes somos, Contáctenos, Ediciones anteriores y Trabajo en Ecuador Noticias, Opinión, Deportes, Entretenimiento Variedad y Suplementos
Secciones con sus subsecciones	**Noticias:** Loja Zamora Chinchipe, Morona Santiago, El Oro, nacionales e internacionales. **Opinión:** Editorial, columnistas, Cartas al editor Caricatura y cazando imágenes. **Deportes:** Local, regional, nacional e internacional. **Entretenimiento:** Farándula, entrevistas, humor, chiquilladas. **Variedades:** Turismo, salud, reportajes, personajes, ciencia, tecnología, mujer, lojanidades, valores y aula.

Redes sociales por las cuales se puede interactuar en el portal web	Para poder enviar un comentario en cada información publicada en el portal web es necesario introducir tu correo electrónico y nombre.
Otras páginas asociadas al portal web	Facebook, Twitter, Fricker y YouTube. Por las cuales nos permite compartir la información publicadas en este medio.
Publicidad, encuestas, otros servicios que ofrece en la página web	**Publicidad:** El diario está empezando a realizar publicidad por medio de este portal web ya presenta un solo anunciante. Otro servicio gratuito es que puedes escribir tu mensaje de venta, compra, arriendo y publicarlo totalmente gratis. Ofrece el servicio de suscripción para recibir la información en tu correo electrónico y un casillero para poder hacer llegar tu mensaje o sugerencia al diario.

Contenido de la versión digital del diario La Hora-Loja	www.lahora.com.ec/
Datos informativos	**Correo:** editorloja@lahora.com.ec **Dirección**: Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre, Loja **Teléfono:** 07-2577099
Fecha y hora del monitoreo.	18 de junio del 2015: 22 h00
Estadísticas de visitas al portal web del diario medido con Alexa.com	**Rango Global en los últimos tres meses teniendo como mínimo 100.000** Rango de visitas: 48,241. Porcentaje 1,247 Porcentaje de rebote: 48.50% 29.00% Páginas vistas diarias por visitante; 2.12 4.50% Tiempo diario en el sitio: 3:09 23.00% **Rango de visitas en Ecuador estimado en el mes de junio** Rango de visitas en Ecuador: Porcentaje 65.1% 75 Páginas que han enlazado a este diario: 994
Secciones quemantiene el diario.	Inicio, deportes, opinión, revistas, arte y cultura, noticias de Loja, sociedad, copa América, intercultural, servicios, revista jurídica, código de ética, que estudiar y rendición de cuentas
Secciones y sucesiones	**Deportes:** Campeonato ecuatoriano, lateral de deportes, campeonatos internacionales y Copa América. **Opinión:** Caricatura, cartas al editor. **Revistas**: Luces, Ecuador debate, arte y cultura y que estudiar. **Sociedad:** Vida social, agro, policial e intercultural. **Copa América:** Estadísticas de Copa América. **Servicios:** Obituarios, avisos jurídicos, rendición de cuentas 2014 Planeta Sur, Horóscopo y clasificados.

Redes sociales por las cuales se puede interactuar en el portal web	No existe la opción de comentar o calificar la información difundida en las secciones del diario online
Otras páginas asociadas al portal web	Facebook y Twitter por las cuales se puede compartir la información.
Publicidad, encuestas, otros servicios que ofrece en la página web	Este medio por ser reconocido a nivel nacional cuenta con varios auspiciantes Existe un foro sobre la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial y Gestión de Suelos publicada el 28 de abril de, 2014, y un casillero para sugerir otro tema para el foro mediante correo electrónico. Una opción para comunicarse con el diario.

Fecha y hora del monitoreo	22 de junio del 2015. 19: H: 00
Descripción de sección	Esta sección no contiene sub sesiones. En ella podemos encontrar información de Loja y sus cantones.
Cantidad de notas publicadas marzo, hasta 22 de junio del 2015 en la subsecciones.	Esta sección es la que más contiene notas, de marzo a junio han publicado un promedio de 300 noticias mes.
Formato	La mayoría de la información cuenta con fotografía, pero no cuentan con hipertexto, videos, que den dinamismo a la noticia.
Redes sociales asociadas a la nota	En la parte derecha de la noticia están las opciones para compartir la información, mas no para comentar u otra manera de interacción.
Publicidad	La subsección posee publicidad en la parte inferior de la nota, y en la parte superior de la página y una a lado izquierdo.

SECCIÓN NOTICIAS CENTINELA	
Fecha y hora del monitoreo	26 de julio del 2015, 20:30 H: 00
Fecha y hora de publicación de la información	Viernes, 26 de Junio de 2015
Tema o título ySubtitulo	Siete policías son llamados a juicio por presunto intento de golpe de Estado. No cuenta subtítulos.
Descripción de fotografía utilizada	La imagen muestra a los implicados pero no cuenta con pie de página.
Descripción del texto utilizado	La noticia cuenta con 4 párrafos.
Se utilizó, sonido o videos, se utilizó vínculos, hipertexto o enlaces.	No se utiliza
Palabras claves para encontrar la nota	Al título le falta una palabra que ubique el lugar del hecho.

Redes sociales por las cuales se puede comentar la información.	Para comentar la noticia se lo puede hacer bajo la misma noticia y también están los iconos para compartir la información y un casillero para conteo de visitas en este caso tiene 2.
Publicidad	No tiene

SECCIÓN NOTICIAS DE LOJA LA HORA-LOJA	
Fecha y hora del monitoreo	26 de julio del 2015, 20 h: 00
Fecha y hora de publicación de la información	Viernes, 26 de Junio de 2015
Tema o título ySubtitulo	Profundizan sobre la realidad del autismo Es un trastorno que todavía no es muy conocido pero que buscan que la sociedad se integre.
Descripción de fotografía utilizada	La fotografía no está acorde con el tema.
Descripción del texto utilizado	La noticia cuenta con 14 párrafos, dividido por cuatro sub títulos, en si la información es muy extensa.
Se utilizó, sonido o videos, se utilizó vínculos, hipertexto o enlaces.	No se utilizo
Palabras claves para encontrar la nota	Al título le falta una palabra que ubique el lugar del hecho.
Redes sociales por las cuales se puede comentar la nota	Para comentar la noticia no existe ninguna red social más bien están los iconos para compartir la información.
Publicidad	Mantiene publicidad al momento de acceder a la información

TWITTER: @DCentinela

Fecha y hora	7 de julio del 2015. 22: 30.
Tweets, Seguidores, siguiendo, favoritos, listas.	Tweets: 2.732. Seguidores:773. Siguiendo: 266. Favoritos: 20. Listas, no tiene.
Cantidad de fotografías y videos difundidos.	163 fotos y videos
Descripción de logo de perfil y portada.	De perfil está el logo del diario y dominio de la página y de portada el nombre del diario y su eslogan.
Publicaciones	Se publican noticias netamente de la ciudad y en algunos casos de los catones y provincias cercanas. Cabe destacar que la página no se actualiza desde el 16 de junio. Las publicaciones tienen retwttir dependiendo de la importancia de las noticias que van desde 4 a 6 y los favoritos van desde 2 a 3.
Inicio de la pagina	Se unió el 2 de julio del 2012 a las 17:50 Así también cuenta con el eslogan del diario

TWITTER: @lahoraecuador	
Fecha y hora	7 de julio del 2015. 22: 51.
Tweets, Seguidores, siguiendo, favoritos, listas.	Tweets: 199K. Seguidores: 208K. Siguiendo: 1431. Favoritos: 78. Listas: 12.
Cantidad de fotografías y videos difundidos.	10,4K fotos y videos
Descripción de logo de perfil y portada.	De perfil esta las iniciales del diario y dominio de la página y de portada un diseño con el diario impreso i digital.
Publicaciones	Se publican noticias de las 11 ciudades, de la ciudad de Loja se publica dependiendo de la importancia a nivel nacional.

	Las publicaciones tienen retwttir dependiendo de la importancia de las noticias.
Inicio de la pagina	Se unió el 16 de junio del 2010 a las 9:33 Así también cuenta con una breve descripción sobre su objetivo del diario.

FACEBOOK: Diario Centinela: Sitio web de noticias/medios	
Fecha y hora de monitoreo	7 de julio del 2015. 23: 00.
Seguidores	Personas que están hablando de esto: 162 Total de Me gusta de la página: 3 868, 1,3% desde la última semana.
Descripción de logo deperfil y portada	De perfil está el logotipo del diario de portada una imagen reconocida de la ciudad con el nombre y eslogan del diario.
Publicaciones	Se publican noticias de la ciudad y la provincia de Zamora Chinchipe. Básicamente cuatro publicaciones por día Las publicaciones dependiendo de la importancia alcanzan comentarios y los me gusta es de 4 a 10 por noticia.
Información de la pagina	Podemos encontrar la descripción, dirección de la matriz del diario, teléfono, dirección del portal web y el objetivo. En el diario podemos encontrar publicaciones desde el 2011.

FACEBOOK: DIARIO LA HORA: **Medios/noticias/editorial**	
Fecha y hora de monitoreo	7 de julio del 2015. 23: 30.
Seguidores	Personas que están hablando de esto: 77 925 Total de Me gusta de la página: 122 763. 2%desde la última semana.
Descripción de logo de perfil y **portada**	De perfil esta una imagen con las iniciales y dominio del sitio web y de portada siempre está la noticia más sobresaliente de la semana.

Publicaciones	Se publican noticias de las 11 ciudades, de la ciudad de Loja se publica dependiendo de la importancia a nivel nacional. Las publicaciones dependiendo de la importancia alcanzan más comentarios y se comparten que alcanzan los me gusta desde 100 a 200 dependiendo de la noticia.
Información de la pagina	Podemos encontrar la descripción, dirección de la matriz del diario, teléfono y dirección del portal web. En el diario podemos encontrar publicaciones desde el 2011.

Fecha y hora del monitoreo	**22 de junio del 2015. 20: H:00**
Descripción de la sección	Esta sección se compone de varias secciones. **Loja:** Esta sección está actualizada hasta la fecha con información de la ciudad y sus cantones, cada nota cuentas con sus casilleros de interacción. **Zamora Chinchipe:** Esta sección está actualizada hasta la fecha con información de la provincia de Zamora Chinchipe, cada nota cuentas con sus casilleros de interacción. **Morona Santiago:** Esta sección está actualizada hasta la fecha con información de la provincia de Morona Santiago, cada nota cuentas con sus casilleros de interacción. **Nacionales:** Esta sección está actualizada hasta la fecha con información a nivel nacional, cada nota cuentas con sus casilleros de interacción. **Internacionales:** Esta sección está actualizada hasta la fecha con información a nivel internacional y sus cantones, cada nota cuentas con sus casilleros de interacción.
Cantidad de notas publicadas marzo, hasta 22 de junio del 2015 en la subsecciones.	**Loja:** marzo a junio un aproximado de 2.00 noticas por mes. **Zamora Chinchipe:** marzo a junio un promedio de 80 noticias por mes. **Morona Santiago:** marzo a junio un promedio de 80 noticias por mes. **Nacional:** marzo, abril, mayo y junio un promedio de 100 noticias por mes.

	Internacional: marzo a junio un promedio de 80 noticias por mes.
Formato	Las noticias cuentan con su respectivo casillero de comentarios, visitas y su respectiva fotografía. No contienen enlaces, videos, hipertextos, o vínculos que ayuden a comprender al lector.
Redes sociales asociadas a la información publicada	Toda esta información tiene la opción de compartir a través de redes sociales que se encuentran ubicadas en la misma página que con dos simples pasos pastarían. Además cuentan con un casillero para conteo de visitas, fecha de publicación, otro para comentarios y un casillero que te lleva a la información del día.
Publicidad	Esta sección no cuenta con publicidad, únicamente en la parte izquierda de cada notas los iconos de redes sociales para compartir información y al lado izquierdo tres casilleros con las opciones, populares, recientes y comentarios para ingresar a la elección deseada.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA …… …….i

CERTIFICACIÓN……...ii

AUTORÍA……..iii

CARTA DE AUTORIZACION …….....iv

AGRADECIMIENTO…….....v

DEDICATORIA……vi

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO…….....vii

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS……..viii

ESQUEMA DE TESIS……...ix

a. TITULO……...1

b. RESUMEN (CATELLANO E INGLES) SUMMARY ……..2

c. INTRODUCCIÓN……...4

d. REVISIÓN DE LITERATURA…….…….9

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN ..…….……...9

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ..……..…..……..11

¿QUÉ ES EL PERIODISMO DIGITAL?.....13

CARACTERÍSTICAS DE LOS PERIÓDICOS DIGITALES…….....16

CUALIDADES DE UN CIBERPERIODISTA…….17

INSTANTANEIDAD…….19

MUTIMEDIALIDAD……...19

EL HIPERTEXTO…….20

ALEXA.COM……. …..21

LAS REDES SOCIALES ……..……....22

APERTURA DE PERIODISMO DIGITAL EN ECUADOR……..24

DESARROLLO DEL PERIODISMO DIGITAL ..…….....25

e. MATERIALES Y MÉTODOS…….....27

f. RESULTADOS …….....29

g. DISCUSIÓN…….....67

h. CONCLUSIONES…….....70

i. RECOMENDACIONES…….....72

- PROPUESTA ALTERNATIVA……84

j. BIBLIOGRAFÍA…….....89

k. ANEXOS…….....90

a. TEMA…….92

b. PROBLEMÁTICA…….……93

c. JUSTIFICACIÓN……...98

d. OBJETIVOS……101

e. MARCO TEÓRICO…….102

f. METODOLOGÍA…….121

g. CRONOGRAMA…….125

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO…….……..127

i. BIBLIOGRAFÍA…….…...…...127

OTROS ANEXOS…….…...129

ÍNDICE…….…...…….149