UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

AUTORA:

Mariana del Cisne Tenicela Bustán

DIRECTORA:

Dra. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar. Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR
2017

CERTIFICACIÓN

Dra. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar. Mg. Sc.

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

C E R T I F I C A:

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 de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social titulada: LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015, de autoría de la Srta. Mariana del Cisne Tenicela Bustán. En consecuencia, el informe reúne los requisitos formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, 15 de julio de 2016

.....

Dra. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar. Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo Mariana del Cisne Tenicela Bustán, declaro ser autor(a) del siguiente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos, de acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Digital Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Mariana del Cisne Tenicela Bustán

Firma: ……

Cédula: 1106054214

Fecha: Loja, 30 de mayo de 2017

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

Yo, Mariana del Cisne Tenicela Bustán, declaro ser autora de la tesis titulada: **LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015,** como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de fines académicos, muestre la produción intelectual de la Universidad, a través de la visivilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional (RDI).

Los usuarios podrán consultar el contenido de este trabajo en el RDI, a través de las redes de información nacional e internacional, con las que tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los treinta días del mes de mayo de dos mil diecisiete, firma el autor.

Firma: .....

Autora: Mariana del Cisne Tenicela Bustán

Cédula: 1106054214

Dirección: Loja, Barrio Pucacocha, calles: Lago Michigan y Luciano Lasso

Email: maytenicela@gmail.com

Celular: 0994076904

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis:	Lic. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar. Mg. Sc.
Presidente:	Lic. José Iñiguez Cartagena. Mg. Sc.
Primer vocal:	Lic. Sybel Ontaneda Andrade. Mg. Sc.
Segundo vocal:	Lic. Pedro Monteros Valdivieso. Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

De manera especial agradezco a mi familia, compañeros, amigos, docentes por el apoyo brindado en estos años de estudio y a mi directora de tesis por haberme guiado en el proceso y desarrollo de la investigación.

Gracias a todos de manera infinita y a mi esfuerzo pude cumplir una de mis mayores metas propuestas.

Mariana del Cisne Tenicela Bustán

DEDICATORIA

Con infinito amor, cariño, y sinceridad, dedico mi trabajo investigativo a mi familia, mamá quien con sacrificio logró brindarme los recursos económicos para conseguir este propósito, tía y hermanos que estuvieron a mi lado y me supieron apoyar y alentar en todo estos cuatro años de estudio. A mis compañeros, amigos y docentes por su apoyo y conocimiento compartido.

Mariana del Cisne Tenicela Bustán

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

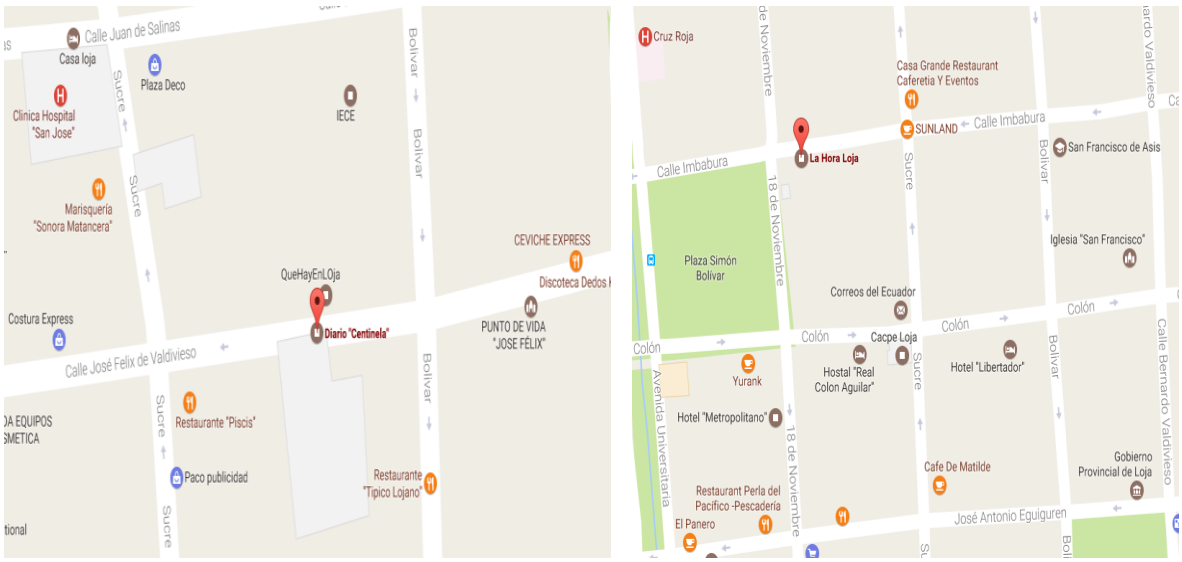
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
Tipo de Documento	**Autor/Nombre de la tesis**	**Fuente**	**Fecha Año**	**ÁMBITO GEOGRÁFICO**						**Otras Desagregaciones**	**Otras Observaciones**
				Nacional	**Regional**	**Provincia**	**Cantón**	**Parroquia**	**Barrios Comunidades**		
TESIS	Mariana del Cisne Tenicela Bustán. LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015	**UNL**	2017	Ecuador	Zona 7	Loja	Loja	El Sagrario, Sucre, San Sebastián y El Valle.	La Pradera, Las Pitas, La Argelia, 24 de Mayo, etc.	**CD**	**Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social**

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA

Fuente: https://www.google.com.ec

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN "DIARIO CENTINELA Y DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA"



Fuente: https://www.google.com.ec/maps

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 INGLÉS) 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

LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015.

b. RESUMEN

La presente investigación está basada en la importancia que ha venido cobrando la globalización digital, que es la llegada del Internet, y los efectos que puede producir en los diarios impresos de la ciudad de Loja, esto se debe a que en la actualidad la mayoría de las personas tienen preferencia por informarse a través de un medio que les ofrece información de manera inmediata, lo cual puede afectar a los medios impresos de la ciudad de Loja, ya sea de manera negativa o positiva; debido a que este nuevo avance tecnológico puede traer con el tiempo un inconveniente para el medio impreso, por el simple hecho que las personas ya no se interesarán en informarse a través de los periódicos y por lo tanto puede traer consigo ya sea un problema económico para el medio, o tal vez la desaparición de este medio tradicional, así como para los medios impresos este puede ser más bien un medio que les sirve para complementar la información que dan a conocer en el periódico. El estudio cuenta con conceptos sobre la globalización digital, sus inicios, cómo ha venido revolucionando la tecnología, la introducción de los diarios en este mundo digital, así como los medios tanto del país como de la ciudad de Loja que cuentan con portales web, la importancia que está cobrando este nuevo cambio en la sociedad y también la opinión de la ciudadanía lojana por medio de encuestas en cuanto a la importancia de la globalización digital y los efectos que puede traer para los medios impresos.

Palabras Clave: Globalización digital, diarios digitales, internet, inmediatez, medios impresos.

SUMMARY

The present investigation is based on the importance that digital globalization has been receiving, which is the arrival of the Internet, and the effects that can produce in the print newspapers of the city of Loja, this is because at present most people have a preference for informing themselves through a medium that offers them information immediately, which can affect the print media of the city of Loja, either negative or positive way; because this new technological advance can bring with time a drawback for the print media, for the simple fact that people will no longer be interested in informing themselves through the newspapers and therefore can bring either an economic problem for the environment, or perhaps the disappearance of this traditional medium, as well as for print media This may be rather a medium that serves to supplement the information they make known in the newspaper. The study has concepts about digital globalization, its beginnings, how it has been revolutionizing technology, the introduction of newspapers in this digital world, as well as the media both in the country and the city of Loja that have web portals, Importance that this new change in society and the opinion of local citizenship is receiving through surveys on the importance of digital globalization and the effects it can bring to the print media.

Keywords: Digital globalization, digital newspapers, internet, immediacy, print media.

c. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad determinar si la globalización digital está afectando de alguna manera a los medios impresos de la ciudad de Loja, la razón de este tema es que los avances tecnológicos que se han venido dando en la sociedad traen consigo por una parte aspectos positivos, ya que puede ayudar a los medios impresos a complementar la información que transmiten, a través del Internet y por otra parte negativos que pueden perjudicar a los medios impresos de la ciudad de Loja, debido a que se puede reducir la venta de los mismos, por ello, se creyó pertinente realizar la presente investigación denominada: La Globalización Digital y sus Efectos en los Diarios Impresos de la Ciudad de Loja, Periodo Marzo-Septiembre 2015.

El hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros.

La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como señal la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación.

Está dicho que los avances en los modos de comunicación del hombre están sustentados en la evolución de la tecnología. La tecnología es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos.

Para poder realizar este trabajo se aplicó encuestas a la ciudadanía de la ciudad de Loja, y de esta manera saber que medio prefieren para informarse, dando como resultado que los medios

impresos no son los medios mayoritarios por los que optan para obtener información. De la misma forma se buscó información e investigaciones realizadas sobre este problema.

En este trabajo se dirá cuando se empezó hacer fuerte presencia la globalización digital, el trabajo que deben realizar los medios impresos, así como los diarios que cuentan con páginas online y algunas consideraciones sobre el futuro de los mismos.

Además se mencionarán los métodos y técnicas de investigación que se aplicaron en este estudio, el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto, así como los conceptos y teorías planteados en la revisión de literatura y las entrevistas a los diferentes actores que forman parte de la investigación.

Las discusión general se realizó en base a los resultados de la aplicación de herramientas y técnicas de investigación y su respaldo teórico, discutiendo si se cumplieron 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 razones.

Esta investigación tiene como objetivo determinar si la globalización digital afecta a los medios impresos de la ciudad de Loja; de la misma manera evaluar el nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía con respecto a este avance tecnológico; identificar el medio de comunicación que las personas prefieren para informarse y también diagnosticar la razón por la cual las personas optan para informarse a través de los medios impresos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Globalización Digital

La globalización es el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos (revolución tecnológica) y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial. En este sentido, las innovaciones en las áreas de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente con Internet, jugaron un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado, es una ventaja para todos, debido a que se habla de un quinto poder, en el cual todos pueden formar parte de ella. (Significados, 2015).

Klaus Bodemer, Investigador del Instituto de Estudios Iberoamericanos de Hamburgo, habla sobre lo que es la globalización:

> El término globalización es utilizado en distintos sentidos e interpretaciones, aunque pueden mencionarse elementos comunes a todas las versiones. La globalización no es un fenómeno nuevo, sino la intensificación de las transacciones transversales que hasta ahora se incluían en la llamada internacionalización. Hay acuerdo en que el núcleo globalizador es tecnológico y económico, abarcando las áreas de finanzas, comercio, producción, servicios e información. Un tercer elemento común a las versiones de la globalización consiste en la convicción de que cualquier intento de desacoplarse de este proceso está condenado al fracaso. Sin embargo, como lo demuestran las experiencias nacionales de apertura exitosa, de ello no se desprende que el Estado deba desvincularse del control sobre la vida económica. (Bodemer, 2008)

A pesar de que la globalización no es algo que se venga dando en este momento, si es un proceso que ha venido cobrando fuerza en los últimos años, por lo tanto las personas tratan de ser parte de esta era tecnológica, debido a que por este proceso en la sociedad todos podemos ser parte de esta nueva era de la tecnología.

Tal como lo da a conocer Mario González Arencibia en su libro Globalización Cultural en la Era Digital: Retos Socio-económicos, Políticos e Ideológicos:

> Los estudios acerca del proceso de la globalización, han sido un tema de análisis muy frecuente durante la década del 80' y, aparecen como aspecto central en la agenda de los 90' y del presente siglo XXI. Esta cuestión ha sido discutida desde diferentes enfoques marcados por consensos, pero también por profundas discrepancias en torno a la búsqueda de alternativas de desarrollo para enfrentar el fenómeno, debido a la existencia de diversas experiencias en distintas regiones y países. (Arencibia, 2015, pág. 9)

La globalización se ha estudiado hace varios años, discutiendo sobre lo que este desarrollo puede afectar, por lo tanto les ha llevado a buscar soluciones para poder afrontar este fenómeno tecnológico, la razón que los ha llevado a querer solucionar este avance de la tecnología se deben a que se basan en los hechos existentes en otros países, por lo tanto desean que no sea un proceso que llegue a perjudicar a la sociedad.

Revolución de la Tecnología

Internet ha evolucionado de tal forma que ha marcado un hito en comunicación electrónica tal como lo mencionan los autores en la siguiente cita. “Las nuevas tecnologías 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, pág. 17).

Los autores nos mencionan que con el tiempo la Internet se ha ido democratizando de una forma expansiva como una necesidad de tener una sociedad informada.

La Dra. Mª Ángeles Cabrera González Profesora del Departamento de Periodismo - Universidad de Málaga, UMA, España opina acerca de esta revolución tecnológica que se está dando en el mundo:

> La última revolución tecnológica acaecida en el mundo de la comunicación ha enriquecido el escenario mediático con la aparición de un nuevo medio que podemos denominar on line, y que tiene su máxima expresión en Internet. Este nuevo medio, se ha convertido en la plataforma donde la prensa se ha hecho presente mediante la publicación digital de sus ediciones. La coexistencia de la prensa en el medio o soporte tradicional (papel), y en el medio online exige una reflexión acerca de las condiciones en que se produce esta convivencia, el estado actual de la cuestión y su proyección hacia el futuro inmediato. (González, 2000)

Mediante este proceso tecnológico, los medios impresos plasman la información mediante páginas web y de esta manera complementar lo que dan a conocer a través de la prensa. Esta complementación de ambos medios nos lleva a pensar en la manera en la que van a coexistir tanto los medios impresos como Internet en la actualidad y en el futuro.

La Revolución Tecnológica de las últimas tres décadas anuncia un cambio de época. Al igual que a inicios del siglo XX, cuando la Revolución Industrial del siglo XIX se vio apuntalada por los avances tecnológicos propiciados por la electricidad y por el despegue descomunal de la movilidad planetaria desatado por la industria automotriz y la aviación, el salto cuántico y cualitativo de las nuevas tecnologías está provocando cambios trascendentales en las relaciones sociales, económicas y políticas del mundo. (Sasso, 2008)

El inmenso avance de la tecnología y de Internet y las transformaciones sociales y comunicativas que ha propiciado y sigue propiciando, han provocado un cambio radical en los medios de comunicación así como en la forma de pensar de sus audiencias, tal como lo menciona (Rivera, 2009, pág. 2) “Ante esta situación, las empresas informativas tradicionales se ven impulsadas a adaptar sus ediciones impresas a las nuevas condiciones”.

Debido a este avance de la tecnología, los medios impresos se ven en la necesidad de transferir la información a páginas web; y de esta manera ser parte de esta era digital.

Periodismo digital en el mundo

¿Qué es periodismo digital?

Como en muchas otras ramas de las Ciencias y del Saber, debido al avance tecnológico en la sociedad, el periodismo se ha visto expuesto a continuos cambios a lo largo de la historia, cambios que afectan a la profesión y a los profesionales.

El verdadero “periodismo digital” sería el periodismo en red realizado por periodistas 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, televisión o trasladado a la red).

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

El periodismo digital no es una tendencia nueva, Stephanie Falla Aroche Directora de la Escuela de Cine y Artes Visuales en Universidad Francisco Marroquín da a conocer que:

> 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, Compulink Information Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general.
>
> 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. (Aroche, 26/10/2009)

Desde que el medio impreso The Chicago Tribune trasladara información a la web, algunos diarios también se sumaron a este proceso informativo y por lo mismo era fácil encontrar varias publicaciones a través de plataformas digitales.

Nuestro mundo, con el paso del tiempo, se está convirtiendo cada vez más en una "aldea global", donde el surgimiento de la comunicación a larga distancia a través de la tecnología trasciende las fronteras. Los nuevos medios de comunicación han resultado uno de los factores más importantes que dieron paso al origen de la globalización del planeta. (Guarderas, 2009, pág. 63) en su libro El impacto de las ediciones digitales dice que:

> Al hablar de globalización se hace referencia a "un conjunto de relaciones económicas, políticas y sociales que han modificado las bases de la estructura mundial". En este sentido, debido a los avances tecnológicos y a las modificaciones políticas y económicas operadas en el nivel mundial, se podría decir que los cambios más evidentes se han presentado en los medios de comunicación. El surgimiento de las nuevas tecnologías está creando un mundo donde, no solamente la economía, sino también los valores, transcienden a nivel mundial; siendo principalmente Internet quien se encarga de moderar las mentalidades de las personas de diferentes maneras, provocando que todos piensen acerca de lo mismo. En consecuencia, se podría considerar a la globalización como el fenómeno principal que se ha encargado de abrir camino a la conformación de una "aldea global", término acuñado por el sociólogo canadiense Marshall Mc Luhan, que alude justamente a un mundo interrelacionado con la estrechez de vínculos económicos, políticos y sociales. (Guarderas, 2009, pág. 63).

Este proceso tecnológico ha producido cambios especialmente en los medios de comunicación, provocando que mediante Internet la mayoría de las personas tengan conocimiento y hablen u opinen sobre un tema en general.

La revolución de Internet es una parte central en la vida de más de mil millones de personas, que ha creado industrias de la nada en menos de una década.

El poder de la tecnología ha hecho posible la revolución que permite juntar amigos perdidos por el mundo, intercambiar fotos de los nietos con los abuelos que viven en otra ciudad u otro país, "hacer de cada uno de nosotros un Gutemberg, convirtiéndonos, a todos, en miembros plenos de la Aldea Global". (Zanoni, 2008, pág. 13)

Con este avance de la tecnología nos podemos comunicar con personas que se encuentran en diferentes países y por lo tanto formando parte de este mundo globalizado.

Tal como lo afirma Stephanie Falla Aroche:

> Las versiones digitales ofrecían el mismo contenido que su versión impresa, sin mayores modificaciones para la versión en línea. En sus inicios los medios aún no habían encontrado el potencial de la plataforma que ofrecía el Internet, afortunadamente esto ha cambiado. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias. (Aroche, 26/10/2009)

A pesar de que en un principio los medios impresos plasmaban el mismo contenido en el soporte digital, esto lo hacían porque aún no conocían del verdadero uso para darle a la misma. Ante el uso de Internet, en la actualidad vivimos en una sociedad digital.

Según un artículo web, publicado por el sacerdote José Ricardo, para nadie es un secreto que:

> En cuanto avances científicos y tecnológicos, el mundo avanza a pasos agigantados y escuchamos afirmaciones como: que estamos en la era digital, en la época de los grandes avances tecnológicos; y que a medida que el mundo surge nos movemos en conceptos de cibercultura, de globalización, sociedad digital, etc. Y precisamente dentro del fenómeno de la globalización encontramos que la Internet se ha convertido en elemento protagonista y de gran incidencia en la cultura moderna, marcada por esta era digital. (Ricardo, pricardo.blogspot.com, 18/06/2007)

La tecnología se ha venido expandiendo a gran escala, ante esto se podría decir que estamos viviendo en una sociedad en la que la tecnología está presente en la vida de la mayoría de las personas.

Ante esto nos encontramos en la denominada era digital en la que las nuevas tecnologías tienen una fuerte presencia y que forma parte de la vida de las personas. La existencia de la telefonía, los ordenadores, y todo lo denominado multimedia se encuentra presente en la sociedad, teniendo la opinión de una invasión globalizada.

Es por esto que para el sacerdote José Ricardo:

> Todo esto nos lleva a plantearnos interrogantes: qué principios éticos fundamentan este fenómeno de la globalización digital y en general de todos los avances de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación digital, apuntando al hecho que no se llegue a despersonalizar al mismo hombre llevándolo a convertir como en una máquina más. (Ricardo, pricardo.blogspot.com, 18/06/2007)

La era digital estaría llamada a ponderar la historia mundial, sobre todo aquellas tendencias que tienen que ver con las tecnologías e infraestructuras digitales. "Eventualmente, en el mejor de los casos, con aperturas tangenciales al entorno social de los usuarios por el nivel de sociabilidad que desarrolla la RED" (Arencibia, 2015, pág. 9). Su utilidad, por lo mismo, no radica tanto en lo que puede explicar, sino en descubrir también lo que se puede propagar.

Tomando como base el concepto que se asume sobre tecnologías de información y comunicación, éstas pueden entonces referirse incluso a las formas de comunicación más rudimentarias del hombre, porque al fin y al cabo la tecnología no es una concreción estática, sino que por el contrario es cíclica y dinámica: lo que resulte hoy novedoso y emergente fácilmente puede ser obsoleto mañana. "Podría entonces tal definición aplicarse a la escritura, a la imprenta, al teléfono, a la radiocomunicación; en fin, a todo proceso o instrumento que en la historia de la humanidad represente un avance en cuanto a las técnicas de comunicación del hombre" (Juárez, Mundo Ciencia, 2010). No obstante, la rapidez y constancia de los cambios en el mundo de hoy, es lo que da forma a la definición de tecnologías de información, porque es bien cierto que el término, aunque puede ser aplicable a otros modos remotos de

comunicación, es prácticamente moderno y es reconocido a partir de la revolución que se observa en el mundo actual, caracterizada por la informática, la computación y el reboso de la Internet.

En cuanto al ámbito comunicacional en la globalización, cabe destacar que éste se manifiesta como una tendencia hacia el establecimiento de una cultura global.

En la actualidad, los medios de comunicación, y en especial Internet, nos permiten mantener un contacto permanente con los distintos acontecimientos a nivel nacional como internacional.

En un artículo publicado en el libro Creación y Producción en Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo Guarderas Siloé manifiesta que:

> Por esto, han sido las sociedades modernas, en constante comunicación entre ellas, las que han permitido que los medios de comunicación se conviertan en herramientas poderosas de socialización; fomentando y facilitando tanto la formación como la expansión de una cultura global, donde ha sido la sociedad misma la que ha asumido las modalidades de una comunicación masiva. (Guarderas, 2009, pág. 63)

Esto ha determinado que las noticias sean una pieza breve y alienada de la realidad. Así los diarios, la radio, la TV, y ahora Internet, se han convertido en los generadores de debates, ideas compartidas, cohesión social, etc.

Si bien Internet surge en el siglo XX, la popularización de este fenómeno, tal y como la gente lo entiende hoy en día, aparece a fines del siglo XX y principios del siglo XXI. “Trayendo con esto la difusión de espacios comunes en la red, como foros, chats y correo electrónico, cuya temática fue variando desde la especialización en asuntos informáticos hasta el simple entretenimiento” (Guarderas, 2009, pág. 64). Hasta hace poco tiempo atrás, en los países más desarrollados, cuando todavía Internet era una novedad, muchos consideraban que su uso estaba limitado a unas pocas personas. No obstante, los resultados obtenidos por varias

encuestas realizadas en este último año, revelan que hoy en día existen aproximadamente 1.596.270.108 de usuarios de esta red virtual alrededor del mundo.

Aunque en un principio este desarrollo tecnológico estaba al alcance de pocas personas, en la actualidad se puede notar o apreciar que su uso se ha ido extendiendo a un mayor número de personas.

Leandro Zanoni en su libro El Imperio Digital publicado en 2008 plasma lo siguiente:

> 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. Somos nosotros los que opinamos, jerarquizamos, clasificamos y generamos audiencias detrás de los cientos de servicios que, en su conjunto, forman la llamada "Web 2.0". Más allá de los avances técnicos, la principal diferencia de esta "nueva Internet" con respecto a la anterior (llamada 1.0) es que ahora cada uno de nosotros es parte fundamental de la sociedad de la información. (Zanoni, 2008, pág. 21)

Debido a que mediante Internet podemos subir o compartir información con la sociedad, así también comunicarnos con gente que se encuentra alrededor del mundo y ante esto somos parte importante de esta globalización digital.

Web: 2.0

La denominada web 2.0 nos permite obtener información con solo un click, así también ser parte de esta revolución de la tecnología, que con los años ha permitido crear una comunicación participativa, ya que con esta herramienta digital podemos ser parte de la información que se da a conocer a través de los distintos portales digitales. En un sitio web M. Manuel habla acerca de la web 2.0:

> En una siguiente etapa, ya en el marco de la web 2.0 conocida como la web social o participativa, empiezan a aparecer los denominados medios "nativos", que son netamente digitales y no tienen un antecedente en medios tradicionales.
>
> Son espacios nuevos que brotan de la iniciativa ciudadana o de periodistas de medios que buscan tener sus propios espacios de comunicación, algo impensable hace unos pocos años. (Manuel, Hurvano , 2013)

En Internet existen páginas que no necesariamente pertenecen a medios impresos que trasladan su información a este soporte digital; sino que son portales web creados por personas que sienten la necesidad de informar y ser parte de este mundo globalizado.

Según un estudio realizado por el Centro Alemán de Información para Latinoamérica y España se dice que:

> La familia Graham, dueños de Washington Post, con una edición diaria de 475,000 –número siete en el mercado norteamericano-, empezó con las noticias en 1933 y lo ha llevado a la cuarta generación. Casi 600 años duró la predominancia del invento que Johannes Gutenberg introdujo a Europa. Ahora parece que el mundo llegó a una encrucijada: ¿seguir imprimiendo o trasladar todo al mundo del "www"?
>
> La web nos ha hecho productores de noticias en cualquier momento y de varias formas: en blogs, foros o medios sociales tenemos la oportunidad de expresarnos dónde y cómo queramos. El derecho de publicar noticias ya no es un privilegio, ya no está reservado exclusivamente para los periodistas. Y eso tiene sus ventajas, sobre todo en culturas que no pueden garantizar la libertad de prensa. (Centro Alemán de Información , 2013)

Internet de la oportunidad de compartir información en el momento que deseamos, ya sea a través de texto, audio, videos, fotografías; porque la existencia de la web permite a que no solamente profesionales de la comunicación tengan derecho a informar, por lo tanto es un

medio con el cual podemos ser participativos de la información que se da a conocer. Gabriela Tovar y Marissa Olivares hablan acerca del impacto de la globalización en la comunicación:

> No se puede hablar de globalización sin pensar en comunicación y viceversa; van tomadas de la mano. Si bien es cierto que se considera que la globalización está avanzando tan rápidamente gracias a los medios de comunicación en las naciones, estos medios no serían conocidos mundialmente si no fuera por el fenómeno globalizador. (Tovar & Olivares , 2009)

Este es un proceso por el que la sociedad viene atravesando, un mundo o cambio al que la sociedad puede formar parte debido a la Internet, debido a que esta herramienta digital permite acceder al mundo de información y también de entretenimiento.

Fernando Gutiérrez opina acerca del término del sociólogo canadiense Marshall McLuhan "Aldea Global", el cual utiliza el autor para describir una sociedad futura en la que todos estarán comunicados mediante las herramientas tecnológicas:

> Creo que en realidad, de alguna manera, esa sociedad ha comenzado a formarse, aunque no del todo, gracias a la existencia de Internet, ya que a pesar de que McLuhan no llegó a conocer la red actual, a través de ella personas de todo el mundo no solamente hablan, sino que pueden transferir videos, imágenes e inclusive información a pesar de que no se conozcan unos a otros. En cuanto a la dependencia que McLuhan menciona, se formaría en esa sociedad, creo que en parte es cierto, porque una gran parte de la comunidad mundial utiliza Internet, estudiantes de casi todos los niveles, empresas importantes para comunicarse tanto a nivel interno como a nivel externo, dependencias de gobierno, entre otros. Por otra parte, Internet es un mundo en el que prácticamente se puede hacer todo, podemos ver películas en línea, platicar con personas a cientos de kilómetros de nosotros, leer libros, comprar, obtener imágenes, que son una forma de dependencia porque al ser subida a la red aquella información por otros usuarios, entonces estamos subordinados a ellos . (Gutiérrez, 2009)

Ante la existencia de Internet se puede compartir información de todo tipo, así como mantenerse en contacto con gente que se encuentra en lugares distantes; esto se debe a que es un medio que nos ofrece información variada que ha sido compartida por varias personas y por lo tanto nos estamos haciendo dependientes de la información que dan a conocer.

La globalización es el ejemplo claro de que la sociedad está cambiando de manera progresiva, y en el cual los medios de comunicación se verían afectados, principalmente los medios impresos, que para no verse afectados ante la llegada de la internet deben adaptarse a este nuevo cambio.

Las autoras Tovar y Olivares dicen lo siguiente:

> Términos como Internet, ciberespacio, realidad virtual y hasta globalización, han sido palabras frecuentes y comunes para la mayoría de nosotros en las últimas décadas. Todo ello habla del proceso que mueve a los habitantes de este mundo. Son cambios acelerados que son provocados por los avances tecnológicos y que alcanzan niveles complejos de relaciones entre los distintos países, corporaciones, sociedades y seres humanos. (Tovar & Olivares , 2009)

El término globalización se ha venido discutiendo en los últimos años, debido a que existe un cambio en la vida de las personas creado por esta era digital en la que la tecnología predomina sobre la vida de la sociedad.

Los siguientes autores nos dan a conocer las personas que escriben en este medio digital:

> Actualmente, en el soporte online conviven dos clases de periodistas, el tradicional, que redacta noticias para los medios tradicionales y que a su vez forma parte de la versión digital, y un periodista nacido en Internet con experiencia en redacción ciberperiodística, que está impulsando este proceso de cambio en el mundo. (Punín, Rivera & Marín , 2014, pág. 3)

En Internet se puede encontrar periodistas tradicionales que redactan o transcriben en la web lo que dan a conocer en los medios de comunicación; así como periodistas que han iniciado su labor en el mundo digital y por lo tanto tratan de dar a conocer a la sociedad información importante a través de este medio.

Lisy Navarro lo ratifica cuando indica que en la actualidad se distinguen dos bloques de periodistas online: "aquellos que vienen de los medios tradicionales, radio, televisión y prensa escrita y otros periodistas que han triunfado directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión". (Navarro, 2002, pág. 9)

En la actualidad debido a la importancia que ha venido cobrando Internet, los periodistas tradicionales no deben resistirse a este cambio, pues eso sería un error, lo que deben hacer es acostumbrarse y dar importancia en aprender a informar a través de este medio, para que no se vean afectados en su profesión.

La Red se ha convertido en una herramienta indispensable. Meso Ayerdi citado por (Punín, Rivera & Marín , 2014) asegura que para el periodista, las tecnologías de la información son a la vez un campo de estudio y una herramienta de trabajo imprescindible en su práctica cotidiana.

El periodista del nuevo medio, hay que aclarar que éste debe ser un profesional con amplios conocimientos. Como afirma Almiron y Jarque "el nuevo periodista debe enfrentarse a una audiencia global activa que no solo lee, sino que puede comentar las noticias y ofrecer puntos de vista diversificados sobre las complejidades de lo que ocurre en el mundo". (Almiron & Jarque , 2008, pág. 86)

Debido a la importancia que está cobrando esta era digital los siguientes autores manifiestan lo siguiente:

> Actualmente, ningún profesional quiere permanecer al margen de Internet, sea cual sea el uso que dé a la Red o de los conocimientos que tengan. La evolución de los medios les ha empujado al nuevo escenario, porque todos los medios dieron pasos en esta dirección en los últimos diez años. Por eso los profesionales de la información han hecho su particular inmersión en el mundo digital, unos con más convencimiento que otros. Los más jóvenes han encontrado, en general, menos problemas para el empleo de las nuevas herramientas. (Punín, Rivera & Marín , 2014, pág. 5)

Dentro de esta gran variedad de posibilidades, y a su vez teniendo en cuenta que Internet es y será aún más, el medio de comunicación y de relación esencial sobre el cual se basa una nueva forma de sociedad en la que vivimos.

A raíz de esto, una gran cantidad de diarios, además de ofrecer sus versiones impresas, comenzaron a desarrollar sus propias versiones digitales, convirtiendo dicho negocio en un mercado más que rentable, que hoy en día incluso hace posible la existencia de un nuevo diario con exclusiva presencia digital. (Guarderas, 2009) afirma: "Las personas que leen los diarios en esta época son los mismos que crecieron bajo la tradición de la lectura en papel del diario que llegaba todos los días a la puerta de sus casas" (pág. 65). Al surgir estas otras tendencias de comunicación, como Internet, les resulta difícil consumirlo con naturalidad y credibilidad. Esto conduce a que, a pesar del avance tecnológico, estos lectores siguen conservando la costumbre del diario en papel.

Es por esto para que estas empresas se mantengan dentro de la red y no dejen de ser competentes, deberán estar en constante renovación, como también a la vanguardia frente a cualquier cambio referente a dicho sector. Philip Meyer, maestro de periodistas y autor del libro The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age, insiste en que hay que ser cautelosos.

Hoy en día, ante esta realidad, ya son varias las editoriales que han comenzado a sumarse a la digitalización. Un dato considerable al respecto, es que casi todos los diarios papel de Argentina poseen su versión online, y ésta no sólo se actualiza en cuestión de minutos, sino que dentro de la misma página uno puede acceder a la versión impresa. Por consiguiente, no sólo permiten informarse sobre lo que ocurre a cada instante, sino también recorrer lo mismo que en el papel en menos tiempo y sin un gasto adicional.

Brecha Digital

La brecha digital hace referencia a la distancia existente entre grupos sociales, respecto al acceso y la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta brecha digital genera una desigualdad de oportunidades: sin acceso a la tecnología no es posible hacer uso de la información para generar nuevos conocimientos.

En una publicación del Diario El Universal de Caracas, publicada en el año 2014, Luis Xavier Grisanti señaló que:

> Desde la aparición del microordenador en los años 80 e Internet en los 90, la conectividad del planeta se ha catapultado, dando origen a la sociedad del conocimiento. La revolución de las telecomunicaciones ha posibilitado el acceso al saber científico y cultural de pueblos y sociedades, sin distinciones sociales o étnicas.
>
> Internet y las redes sociales han democratizado el acceso a la información, mientras fracturan la desigualdad social y protegen los derechos humanos. El ciudadano común puede activar movimientos sociopolíticos y desafiar los poderes públicos inoperativos, los cuales lucen desfasados para atender las demandas de comunidades sensibilizadas por graves problemas transnacionales, como el calentamiento global o los déficit democráticos. (Grisanti, 2014)

La globalización facilitada por Internet ha aumentado la competencia en casi todos los sectores de la economía, en diferentes grados. La competencia no solo traspasa fronteras, sino también traspasa industrias. Ejemplos de esto son: Google en publicidad (algunos creían que era una empresa de *software),* Zopa en intermediación financiera, Facebook en reclutamiento de personal y Craigslist en anuncios clasificados. "El sector de servicios, que representa el 70% del PIB mundial, se ha visto impactado más rápido por la competencia que trae la globalización, pero eso no significa que otros sectores se encuentran inmunes" (Sasso, 2008). La mayor competencia genera menores precios y mayor producción, es decir mayor bienestar para más gente.

Esta globalización representa un problema para las grandes empresas, debido a que deben competir entre ellas para presentar lo mejor a las personas, este se debe a que la competencia a través de Internet se lo puedo hacer con un menor presupuesto, pero aun así presentando y ofreciendo lo mejor a la sociedad.

Según Mario González Arencibia, autor del libro Globalización Cultural en la Era Digital: Retos Socio-Económicos, Políticos e Ideológicos:

> Algunos autores atribuyen la concentración en la industria cultural a la "convergencia digital", cuyos resultados borran las barreras antes existentes entre distintos medios (radio, televisión, prensa escrita) e incluso entre diferentes sectores (telecomunicaciones, informática y comunicación de masas), reduciendo textos, imágenes y sonido a un solo soporte digital. (Arencibia, 2015, pág. 11)

De esta manera podemos entender que esta globalización ayuda para que mensajes masivos, sean recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Hoy la información sobre los hechos que ocurren en diferentes partes del mundo son generados

en un lugar lejano, por personas que se encuentran presentes en un acontecimiento que es de interés para la sociedad y por lo tanto toda esta gente forma parte de esta globalización.

Aunque los medios sirven para dar oído a las personas que no son escuchadas mediante programas en los que las personas pueden hablar acerca de lo que necesitan, a pesar de lo que realizan esto no ha sido un impedimento para que la tecnología forme parte de manera importante dentro de la vida de las personas, pues con la internet al alcance de las personas es un medio en el cual todos pueden formar y ser parte de un gran cambio.

Mario Alejandro Galeana Juárez afirma que:

> Sin duda, las capacidades que el hombre posee hoy para comunicarse parecen ser insuperables. No obstante la humanidad sigue creciendo, evolucionando y, mientras el hombre exista, su búsqueda por vivir y comunicarse mejor no se detendrá. La evolución de la comunicación humana, con ella la del hombre y su tecnología, sigue en un proceso de crecimiento, como parte de incluir a todas las personas en este mejor futuro. (Juárez, Mundo Ciencia, 2010)

El hombre nunca está estático, siempre está en la necesidad de crear herramientas que mejoren su forma de vivir y por lo tanto buscará mejorar este medio tecnológico que ayuda a muchas personas para que puedan dar su opinión y ser parte de esta era digital.

Ahora bien, la tecnología es entonces un instrumento encaminado a obtener resultados prácticos y concretos en el campo determinado en el cual se aplica. Pablos citado por (Juárez, Mundo Ciencia, 2010) afirma que " lo que encontramos es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto. Este es el gran principio de las nuevas tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades”.

Con esto podemos entender que lo que el hombre trata de alcanzar con la era digital es el mejoramiento de la humanidad y que este es un camino que se debe seguir para poder alcanzar lo que se desea.

Influencia que está teniendo Internet en los medios de comunicación

La influencia que está teniendo Internet en los medios de comunicación como vehículo para la difusión de información es fundamental, siendo en el caso de la prensa en la que esta influencia está siendo más determinante. Así lo afirman los siguientes autores:

> La puesta en marcha de ediciones electrónicas de los diarios con información accesible de forma gratuita supone un reto muy difícil para el mantenimiento del modelo actual de edición de prensa en papel. Esta situación y las dificultades de algunos de los diarios más representativos a nivel internacional como The New York Times, junto con el cierre de numerosos diarios locales en diferentes países han hecho que vuelva con fuerza el debate sobre el futuro de los periódicos. (Bustos & Río , 2009, pág. 1)

Con Internet podemos mantenernos informados de manera inmediata y gratuita, por lo tanto las personas prefieren este medio sobre el impreso, que en algunos países ha llevado a la desaparición de algunos diarios, por lo tanto esto produce una preocupación sobre la existencia de este medio tradicional.

Según el blog Era Digital, que publicó en 2011 Periodismo digital vs Periodismo tradicional dice:

> Internet ofrece a los receptores encontrar la información que le interesa en minutos, a través de un clic y cuenta también con la inmediatez de comunicarse con cualquier persona que se encuentra navegando en la web. La red, como también se la conoce, es

> un medio que por su capacidad y evolución constante provoca cuestionamientos sobre el futuro de los medios tradicionales, sobre todo de la prensa escrita. El periodismo tradicional por su parte, presenta una relación con los receptores de manera unidireccional, es decir, el destinatario al cual va dirigido el mensaje no tiene la posibilidad de interactuar de manera simultánea, sino sólo a través de cartas al director o llamadas. (Anónimo, 2011)

Los medios de comunicación que fueron importantes en la época en la que no existían otros medios para comunicarse, ha venido perdiendo importancia y control frente a los individuos que se encuentran generando información en las redes y por lo tanto se convierten tanto en emisores como receptores.

Rosental Calmon Alves, Director del Centro Knight para el Periodismo en las Américas citado por (Guillermo Franco en su libro El Impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe, 2009) dice que:

> El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas, de las empresas de medios. Cualquier persona puede crear un medio. Pero no es el fin del periodismo; al contrario, es el comienzo de una nueva era, que da mucha esperanza en la democratización de la información. (Franco, 2009)

Aunque el proceso de información pertenecía únicamente a los profesionales de la comunicación, esto cambio debido a la llegada de Internet, porque a través de este medio cualquier persona ajena a esta profesión puede dar a conocer información a la cual tenga acceso, por lo tanto todos podemos adentrarnos a esta era digital y de esta manera se pueda expandir a la sociedad.

Si bien este sería un proceso más complejo que el anterior, es un medio en el que todos podemos interactuar y así ser parte de este cambio. “Si algo impulsó e incrementó el uso de la red para informarse fue que este medio estaba rompiendo con la barrera de comunicación vertical y unidireccional” (Mayorga, 2014). Todos podemos ser fuente de información, pero siempre teniendo presente que esto no nos debe llevar a emitir información de manera irresponsable; tratando de hacer de este proceso un bien para la humanidad y no que sea un arma de destrucción para la misma.

A decir del Dr. Joaquín Mª Aguirre Romero Profesor Titular del Departamento Periodismo III (UCM) este es un reto:

> No es fácil tomar decisiones estratégicas en un universo tan rápido y tan cambiante. Cualquier decisión que se tome, es siempre una decisión ante una elevada incertidumbre, tendrá siempre algo de especulativa, de apuesta sobre unos comportamientos sociales interactuando con desarrollos tecnológicos con unos márgenes cada vez más reducidos. El único resultado garantizado es el *estrés*. (Romero, 2007, pág. 6)

Para las personas el querer adaptarse a este proceso tecnológico no es fácil, porque tendrán dudas de la manera en la que funciona el mundo digital, por lo tanto este es una desafío que la sociedad debe correr el riesgo tomar y de esta manera ser parte de esta globalización.

Deltha Mayorga dice que:

> No debe olvidarse que dentro de este mundo digital también existen asuntos que a muchos preocupan: una de las grandes comodidades que ofrecen las nuevas herramientas es hacer sencillo el proceso de creación y sobre todo de difusión de contenidos. Por lo tanto, cualquiera puede convertirse en un “informador”, lo que convierte el espacio digital en un juego de producción excesiva de información y sobre todo de informantes. Así que discernir entre lo que es verdadero y falso de este alud de datos es uno de los retos que la comunicación digital impone al receptor de un mensaje.

Debido a que Internet da la oportunidad a personas ajenas a la profesión periodística de emitir información en la plataforma digital, este lleva a que se encuentre en la web datos que pueden no ser verídicos, por lo tanto está en el deber de las personas que leen dicha información en creer o no lo que aseveran en el texto, imágenes o videos.

Ante esto, el periodismo tradicional resulta ser mejor, debido a que realiza investigaciones para poder sustentar lo que emite y de esta manera siendo un medio que presenta credibilidad en la información que dan a conocer. Esto no quiere decir que en el medio digital no se pueda encontrar información verídica, pero si se debe recalcar que debido a que es un medio en el que participan un mayor número de informantes, resulta difícil encontrar información que se encuentre bien sustentada. (Mayorga, 2014)

Si bien Internet ofrece o da la oportunidad de emitir información de manera inmediata, es un medio que debido a la inmensa información que suben, los lectores están en la obligación de filtrar y creer lo que es mejor para ellos.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación en Latinoamérica

Para hablar sobre este tema Mario González Arencibia dice que "Se trata de resaltar el deslumbramiento que han provocado las Tecnologías de las Información y las Comunicaciones (TIC) y sobre todo la telefonía móvil y la Internet, las cuales se han convertido en el aspecto más relevante de la globalización" (Arencibia, 2015)

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, pág. 29)

Internet ha evolucionado de tal forma que ha marcado un hito en comunicación electrónica tal como lo mencionan los autores en la siguiente cita. "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, Internet y Sociedad en America Latina y el Caribe., 2001, pág. 17). Los autores nos mencionan que con el tiempo Internet se ha ido generalizando de forma expansiva como una necesidad de tener una sociedad informada.

Medio Tradicional y el Digital

Es importante describir las principales diferencias que existen entre la prensa escrita y la digital. En la prensa escrita se cuenta con un horario de cierre y tiempo extra para publicar o no la noticia, tiene una capacidad limitada para contextualizar la información que se va a publicar. En cambio la prensa digital ofrece a sus usuarios acceso a todas las fuentes de información, se puede obtener información en distintos formato: audio, texto, imágenes, o videos; y lo más importante es que no existe límite de tiempo ni espacio para poder publicar información.

La prensa digital puede ofrecer inmediatez, amplia información, está al alcance de la mayoría de la gente, permite interactuar con las personas que dan a conocer información

La información que suministra Internet, a través de sus diversas modalidades, es como un rayo de luz que penetra en todas partes.

En este sentido, Díaz (2002), afirma que "Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales…" (p. 8)

Díaz establece, por ejemplo, algunas comparaciones entre el medio impreso (El Periódico) y el medio informativo que se soporta en la Red. En este aspecto resalta que en los sitios de Internet las noticias se consignan en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en video y grabaciones de sonido con las declaraciones de las fuentes oficiales. En la Red, todos los recursos de comunicación pueden mostrarse fácilmente integrados.

Características de los periódicos digitales

En el periodismo online se destacan aquellos contenidos elaborados exclusivamente para el sitio, 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 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. “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". (Díaz & Salaverría , 2003, pág. 69).

Los autores nos dan a conocer que en cualquier momento se pueda dar a conocer lo sucedido en cualquier parte en la que nos encontremos, sin la necesidad de esperar al día siguiente para plasmarlo en los diarios.

La calidad en cuanto a fotografía, sonido, video y redacción es otra de las características del periodismo online refiriéndose al formato que permite visualizar contenidos en las plataformas virtuales, redes sociales, el siguiente autor argumenta:

> 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, pág. 177)

En Internet se puede encontrar mucha información de gran calidad y de manera gratuita, además la web posee una gran capacidad de almacenamiento, es rápida y segura.

En la plataforma digital podemos acceder a información de todo tipo ya sea imágenes, así como videos y sobre todo de manera gratuita, que es lo más beneficioso para las personas que tienen acceso a Internet.

Además brinda un mundo de herramientas que podemos utilizar para subir información noticiosa acompañada de varios contenidos como lo da a conocer la autora en el siguiente 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, pág. 59)

La autora 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 de la misma manera sea agradable para el lector.

Desarrollo de la tecnología digital

Durante los años 90, la industria de la imprenta experimentó un cambio tremendo con el desarrollo de la tecnología digital. Gracias a las nuevas técnicas digitales, imprimir se volvió más rentable. Más allá de eso, más y más profesionales de la industria están eligiendo las opciones en línea para cumplir con los objetivos de publicidad y comercialización, muchas revistas y periódicos también están abandonando los medios impresos.

Mario González Arencibia en su libro Globalización Cultural en la Era Digital: Retos Socio-económicos, Políticos e Ideológicos argumenta que:

> En unos países las estrategias de desarrollo para enfrentar el proceso de globalización generaron expectativas frustradas, en cambio otras regiones experimentaron un desarrollo exitoso mostrando la posibilidad de combinar lo nacional con lo internacional preservando un desarrollo propio. Estas han sido las causas por las cuales el proceso de globalización se tiende a identificar con múltiples significados.
>
> La expresión era digital se ha acuñado desde una orientación tecnológica, que prevalece sobre todo en las esferas de poder que se constituyen desde las grandes Empresas Transnacionales de la información. Ello sin embargo, no debe llevar a mutilar las

> grandes potencialidades sociales que acompañan los medios que conforman la era digital. (Arencibia, 2015, págs. 9-10)

Gracias a la globalización varios países tuvieron que desarrollar estrategias para enfrentar este proceso, en algunos fue un total fracaso y en otros fue un rotundo éxito, por lo cual el proceso de globalización se lo empareja con diversos significados.

Impacto de la tecnología en el periodismo de América Latina

En el libro El impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe, su autor Guillermo Franco hace hincapié acerca de la importancia que ha venido cobrando esta era digital:

> La discusión del impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina se produce en la coyuntura concreta del 'boom' de las redes sociales en Internet, que son, en últimas, una metáfora parcial de una sociedad no autoritaria, más colaborativa, incluyente y horizontal.
>
> El efecto de las tecnologías digitales en el periodismo se manifiesta, principalmente, en tres vertientes: la dinámica de la construcción de la noticia o información; el ejercicio profesional, que remite al tema de las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno (la capacitación), y la situación de los medios tradicionales. (Franco, 2009, págs. 21-23)

La existencia de las redes sociales puede ocasionar un problema en el periodismo tradicional, esto se debe a que el medio digital permite la interacción con las personas que emiten información en la web y por lo tanto creando una comunicación bidireccional.

Esta era digital puede afectar al periodismo en la manera de crear información, así también en el profesionalismo y en la capacidad de adaptarse a este avance tecnológico y la manera como los medios tradicionales van a sobrevivir conjuntamente con el medio digital.

El periodista nicaragüense Carlos Fernando Chamorro citado por (Franco, 2009) dice que: "En materia de relación de las nuevas tecnologías con el periodismo, ¿qué es lo nuevo? Básicamente, es que los medios tradicionales se pusieron 'online', hay más flujo de información, pero no hay un cambio en la forma de hacer periodismo".

Esto no es un cambio dentro de la comunicación, sino que el informar toma otro rumbo, en el que no solo los periodistas formen parte, sino toda la sociedad.

En un artículo escrito por Jesús Alberto Andrade, en la Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento, habla acerca de que en estos tiempos la comunicación está unida a esta revolución tecnológica:

> La comunicación hoy en día está insoslayablemente asociada al desarrollo tecnológico y mucho más relacionada con los artefactos y dispositivos tecnológicos, que al proceso cultural de transmisión de información. Ello tiene implicaciones conceptuales, porque existe el peligro de convertir a la comunicación, junto a los dispositivos que la posibilitan, en mercancías fetiches, al no entenderla como un proceso histórico que se alimenta y crece con las prácticas culturales de la gente, y por lo tanto, ser vista como la causa de muchos males o, alternativamente, como la panacea para resolver muchos de nuestros problemas. (Andrade, 2012, págs. 40-41)

De buena manera con la tecnología digital, los individuos pueden participar o actuar como agentes de cambio en la sociedad, y de esta forma hacer que los medios dejen de jugar el papel que venían realizando que es el de controlar a la sociedad mediante la información que emite;

y así generar conocimientos que provienen de sus propias fuentes, y por lo tanto marcar un alto impacto en la toma de decisiones de las personas.

Deltha Mayorga opina acerca de lo que deberíamos hacer con este nuevo avance tecnológico:

> Pensemos en el periodismo digital como una nueva oportunidad para optimizar el flujo de información que demandamos; es cierto que no se le puede considerar "periodista" a toda persona que suba algún tipo de contenido dentro de la red, pues ser periodista requiere disciplina y sobre todo, sustento teórico y oficio.
>
> Podríamos pensar en el periodismo digital como una "profesión" del futuro, que en comparación al periodismo tradicional otorgará mayores libertades a quienes la ejerzan; una profesión que dé buen uso a las nuevas tecnologías para favorecer el ejercicio comunicacional y cumplir la labor de informar, comunicar con responsabilidad y sustento, en pleno compromiso con lo que ello implica. (Mayorga, 2014)

Se debe pensar en este nuevo avance tecnológico de manera positiva, si bien no se puede llamar periodista a todas las personas que suben información en las diferentes páginas web, pero puede ser parte de este cambio que se está dando en la sociedad debido a las revoluciones de la tecnología.

Los Medios Tradicionales de cara a la Red

Ante este proceso tecnológico los medios tradicionales se encuentran en la necesidad de adaptarse a esta herramienta digital y de esta manera ir conjuntamente con este medio, para no verse afectado en la actualidad o en el futuro.

Nhuna Daiana Jiménez habla acerca de la importancia de Internet:

> En Internet las empresas de prensa, radio y televisión, apenas comienzan a descubrir un nuevo espacio de acción, un área nueva que les permite adaptarse, pero que definitivamente exige una nueva forma de hacer las cosas. Como ya se ha dicho, cada uno de los medios de comunicación que el hombre ha conocido hasta ahora tiene su espacio en la Web.
>
> La denominada revolución tecnológica y de información que tiene en Internet a su mayor representación, ofrece por supuesto nuevas formas de acción y mercado para los medios de comunicación tradicionales, los cuales tienen, al menos, dos grandes oportunidades con Internet: pueden aprovechar la Red para la interacción con nuevos mercados y para expandir sus formas de comunicación con la audiencia o, ir más allá, incorporarse al "ciberespacio" con un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red. (Jiménez, 2003)

Con la existencia de Internet los medios de comunicación buscan adaptarse a este medio digital, debido a que la web ofrece una manera diferente de emitir información, especialmente en su inmediatez y por lo tanto la radio, televisión y medios impresos tratan de llegar a su audiencia a través de esta herramienta tecnológica, que ha sido un gran avance para el desarrollo de la sociedad.

Algunos expertos predicen que el final de la prensa escrita será en el 2020, otros en el 2043. Sin embargo, la profesora de ciencias de la comunicación de la Universidad de Málaga, Sonia Blanco, citada por Laura De Freitas en el blog Factum asegura que:

> Ante la duda si los medios de comunicación van a desaparecer, pues muy dudosamente, pero si se van a tener que reconvertir, posiblemente les advierto que la prensa escrita ya no será tal y como la conocemos, porque tiene unos costos de producción y distribución muy elevados, pero eso no quita que sigan teniendo su papel y que no vaya a seguir existiendo.

> También señala que la prensa probablemente tenga que volver a su capacidad más analítica e ir más allá que contar los hechos: ahora la prensa debería enfocarse en explicar el hecho y contextualizarlo. “Porque la prensa ya hace mucho tiempo que perdió la batalla contra la inmediatez, cuando salió la radio y la televisión, entonces es absurdo que siga cercenando contenidos a favor a la exclusiva, mientras que lo que debería hacer la prensa es mejorar sus contenidos. (Freitas, 2015)

Con Internet ha llegado la inquietud si los medios de comunicación van a desaparecer, aunque esto es poco probable, si van a tomar o forman parte de la nueva manera de emitir información.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Daiana Jiménez manifiesta que:

> Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como señal la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación. Está dicho que los avances en los modos de comunicación del hombre están sustentados en la evolución de la tecnología. El emprendedor espíritu del ser humano se mantiene en una búsqueda constante de nuevos modos de hacer de la vida del hombre un asunto cada vez más cómodo y agradable.
>
> La tecnología es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos. (Jiménez, 2003)

Pero este avance en la humanidad puede presentar o traer consigo problemas para los medios impresos, debido a que la gente ya no se inclinaría únicamente por informarse a través del

periódico, sino que tienen la nueva opción de obtener información a través de la Internet, que está presente en la sociedad debido a la era digital en la que estamos viviendo.

Medios impresos frente a los digitales

La gran interrogante en el mundo de la información es hasta cuándo los medios tradicionales impresos seguirán existiendo; ¿no acaso ya han sido superados por las nuevas y eficientes redes sociales? ¿La efectividad del mensaje se logra mejor usando las nuevas tecnologías? Deltha Mayorga dice que:

> Si algo es cierto es que las redes sociales llegaron para revolucionar la forma en la que nos comunicamos y que la inmediatez en el intercambio de información que ofrecen, desempeña un papel muy importante en la comunicacional digital. Las redes sociales ya son parte del *modus vivendi* del hombre contemporáneo y marcaron una diferencia entre el periodismo tradicional y el digital. Si bien con el surgimiento del Internet los medios tradicionales de comunicación perdieron fuerza, la demanda de información se hizo mayor: cerca del 88% de los internautas en México visitan sitios de información. (Mayorga, 2014)

Debido a Internet y el surgimiento de las redes sociales, las personas día a día se han visto en la necesidad de crear y obtener más información, esto se debe a que el hombre siempre busca el comunicarse con los demás y este medio permite una comunicación bidireccional.

Los periodistas deben adaptarse a la utilización de esta herramienta digital y así formar parte de este mundo globalizado, debido a que en la web la información fluye de manera permanente y donde as redes sociales sirven como guía para saber sobre los intereses que tiene la sociedad. (Mayorga, 2014)

Ante esto podemos observar que con la llegada de la Internet, y las diferentes redes sociales y páginas que se encuentran en la Web, el periodista debe adaptarse a este nuevo proceso que está viviendo la sociedad; mientras aquellos que son parte de esta nueva era digital tienen un fácil acceso y no tienen inconvenientes cuando tratan de buscar o dar a conocer información sobre algo que ellos quieren conocer o que la gente conozca.

Esta globalización trae consigo un problema inminente en el periodismo tradicional, y por lo tanto representaría una gran pérdida en los medios de comunicación, particularmente en los medios impresos, debido a que el periodismo digital se ha convertido en un medio de comunicación que ha logrado obtener que las personas se adapten a él en muy poco tiempo.

Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Ángel Casado del Río en el artículo de revista Telos hablan acerca de la convivencia entre la prensa en papel y online:

> En la actualidad la prensa se encuentra ante un panorama paradójico en el que, a pesar de sufrir un importante descenso de ventas en algunos países -con su consecuente perjuicio económico-, se lee más que nunca, gracias a Internet.
>
> La razón por la que las personas prefieren usar internet o prefieren la prensa digital es debido a que es gratis, es decir que el lector no solo encuentra la misma información general que presenta la prensa tradicional, sino una información más detallada y de forma gratuita y más rentable. (Bustos & Río , 2009)

Aunque se puede presenciar una baja venta de los medios impresos, esto no impide que exista un gran número de lectores, lo cual se debe a que en Internet se puede obtener la misma información que dan a conocer en el periódico, pero de forma inmediata y gratuita.

Pero ¿Por qué las personas se adaptaron a esta globalización? Según el sitio web Era digital esto es debido a que:

> Las personas se maravillan del poder de la red, el no tener que esperar un horario determinado para mirar un programa de televisión o leer una noticia al siguiente día logró despertar una gran demanda. Internet ofrece a los receptores encontrar la información que le interesa en minutos, a través de un clic y cuenta también con la inmediatez de comunicarse con cualquier persona que se encuentra navegando en la web. (Anónimo, Era digital, 2011)

En la actualidad el periodismo digital ha venido cobrando una gran importancia debido a que no necesitan esperar al día siguiente para informarse de lo que acurre alrededor del mundo, pues como lo decía en el blog, se puede informar de manera inmediata de los hechos que acontecen tanto a nivel local, nacional e internacional.

Impreso vs. Digital ¿quién ganará la batalla?

Este es un tema que se ha venido hablando en los últimos años, debido a que no se sabe qué pasará con el medio impreso en el futuro, ya que Internet está llegando a todas las partes del mundo y la mayoría de las personas tienen acceso a este medio.

Deltha Mayorga opina lo siguiente:

> Hay que tomar en cuenta que la inmediatez es lo más importante, lo que la gente busca constantemente y que el periodismo digital se lo ha ofrecido; a una persona le interesa más saber "lo del momento", que lo que paso ayer, pues ahora la información es efímera y nace y desaparece con celeridad. No debe olvidarse que dentro de este mundo digital también existen asuntos que a muchos preocupan: una de las grandes comodidades que ofrecen las nuevas herramientas es hacer sencillo el proceso de creación y sobre todo de difusión de contenidos. Por lo tanto, cualquiera puede convertirse en un "informador", lo que convierte el espacio digital en un juego de producción excesiva de información y sobre todo de informantes. Así que discernir entre lo que es verdadero y falso de este alud de datos es uno de los retos que la comunicación digital impone al receptor de un mensaje. El mundo digital le ha permitido al periodismo crear una nueva ventana de comunicación, rompiendo las barreras comunicacionales. Incorpora las

> características importantes de los medios tradicionales para dar un impulso nuevo a su labor. (Mayorga, 2014)

Gracias a la web es muy fácil y rápido crear y emitir una noticia, por lo tanto cualquier persona puede ser un emisor, ante esto todos debemos diferenciar si la información que estamos leyendo es verídica o no. Esto también ha permitido darle un gran impulso al periodismo para que pueda emitir información más rápido.

Esto es lo que ha llevado a que los diarios emigren a la web, pues en la actualidad son pocos los medios de comunicación que no posean una versión digital, por lo general es un medio en el que dan a conocer la información de manera inmediata, para luego ampliarla en el medio impreso.

En la actualidad mundial, se ha desarrollado una batalla por el dominio de la información. Ante la llegada de nuevas tecnologías como Internet, los medios tradicionales han tenido que reinventar su modo de hacer periodismo.

Para hablar sobre este tema Laura De Freitas cita al catedrático español, Ramón Salaverría quien asegura que:

> Los diarios se aproximan al cambio más importante de su historia: el momento en que el papel, arrinconado por nuevas formas de consumo informativo de una nueva generación de lectores, deberá dejar paso al soporte digital. Y ya es seguro que ocurrirá; la única duda es cuándo. Sin embargo esto no significa que la prensa escrita desaparezca, pero sí que deberá adecuarse a los nuevos medios digitales y quizá pasen a un plano secundario frente a la publicación digital. El principal problema que enfrentan los periodistas digitales es la rigidez de los directivos de los diarios quienes tienen reserva todavía a la hora de decidirse a hacer el cambio hacia lo digital. Para algunos es más difícil que otros, claro está, pues siempre se duda de las nuevas

> tecnologías. Algo similar sucedió con el cine frente a la llegada de la televisión, sin embargo ambas coexisten en paz. (Freitas, 2015)

Si bien los medios impresos se enfrentan a un cambio al momento de emitir información debido a esta era digital, esto no quiere decir que vayan a desaparecer pero si pasarán a un segundo plano cuando las personas busquen información.

Ante este proceso tecnológico los periodistas digitales son los que enfrentan un mayor problema, esto se debe a que los dueños de los medios impresos aún se encuentran reacios a la hora de trasladar su información al soporte digital.

Ignacio Ramonet periodista español establecido en Francia habla acerca de esta globalización como el quinto poder:

> Globalmente, hoy día, los medios de comunicación (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, Internet) pertenecen, cada vez más, a grandes grupos mediáticos que tienen también una vocación global, una vocación mundial. Como el grupo News Corp del Sr. Rupert Murdoch, o AmericaOnline, o Viacom, o Microsoft. Grupos que tienen nuevas posibilidades de expansión, gracias a la transformación de la técnica, en la medida en que la "revolución digital" rompió las fronteras que antes separaban escritura, sonido e imagen. Esta revolución ha permitido el surgimiento de Internet que aparece como un quinto poder, una manera de expresarse. (Ramonet, 2006)

Los medios de comunicación pertenecen a grandes grupos mediáticos, los cuales tienen posibilidades de expandirse gracias a la revolución de la tecnología, a la cual se la conoce como el quinto poder, debido a que las personas son parte de este desarrollo tecnológico.

¿Vivimos una lenta agonía del medio impreso?

La prensa escrita superó a importantes avances tecnológicos como la Radio y la Televisión, pero desde hace años este medio se enfrenta a un nuevo avance tecnológico, la palabra escrita pero a velocidad vertiginosa y sin conocer fronteras, lenguas o civilizaciones.

En esta ocasión es Internet con quien se enfrenta y desde hace unos años la inmediatez en cualquier lugar y cualquier momento que nos da la movilidad. ¿Superará el tradicional medio impreso esta nueva piedra en el camino? ¿Estamos viviendo una lenta agonía de periódicos y revistas impresas?

Francisco Javier Perez Monjibar citado en la página CreaTECH540° opina que:

> Durante los últimos años hemos modificado el modo de realizar algunas actividades cotidianas, debido a las nuevas tecnologías y a la accesibilidad que tenemos a ellas. Y uno de los principales damnificados por este cambio, son los medios impresos.
>
> La venta de diarios y revistas han caído considerablemente, y esta situación se debe principalmente a los medios digitales, donde encontramos las noticias de manera "gratuita" y con inmediatez. Pero también debemos tener en cuenta la crisis económica, un factor importante que influye directamente en el consumo. (Monjibar, 2015)

Debido a esta era digital, los que han sufrido más daño son los medios impresos; la venta de los mismos han bajado de una manera considerable, esto debido a la aparición de Internet, aunque en sus ventas también repercute la crisis económica de algunos países.

Los medios impresos no van a desaparecer, lo que tienen que hacer es adaptar su información a lo que la sociedad necesita saber y para hacer esto deben ofrecer contenido con mayor calidad a sus lectores. A pesar que en Internet se puede encontrar una gran variedad de información, esta no cuenta con un análisis profesional, en cambio los medios impresos analizan lo que

plasman en los diarios y por lo tanto es más confiable, este es un punto fuerte que los periódicos deben aprovechar y de esta manera hacer frente a la globalización.

El medio impreso no ha muerto, lo que está muriendo es el contenido que los diarios dan a conocer, por lo tanto lo que deben hacer es emitir información con credibilidad para que la sociedad se sienta en la necesidad de informarse a través de este medio. (Monjibar, 2015)

Debe quedar claro que el medio impreso no está en peligro de desaparecer, por lo tanto lo que deben hacer es enfocarse en la información que transmiten a sus lectores, porque el punto fuerte del periódico es que analizan las noticias que dan a conocer y por lo tanto cuenta con la credibilidad que es lo que las personas buscan.

Medios Impresos

Desde el invento de la imprenta el periódico fue el medio predominante para informar, pero esto cambió mientras el hombre buscaba mejores de comunicarse y por lo tanto con la aparición de la televisión y la radio su importancia se redujo y ahora con esta era digital los medios impresos se deben adaptar a este proceso tecnológico.

Según el blog Helena se dice que:

> Los medios de comunicación son parte de la sociedad desde hace muchísimo tiempo, los primeros vestigios de lo que hoy conocemos como periódicos, fueron las hojas volantes, en las que se anunciaban principalmente cosas referentes al comercio, servían también para desde el anonimato tratar de combatir la tiranía de los gobiernos, y eran usadas también por estos últimos (gobiernos) como un medio para mantenerse en el poder. (Helena, 2013)

Los medios impresos son una de las formas más antiguas de distribución de la información. Mantiene una de las formas más populares de publicidad debido a su capacidad de llegar a una audiencia amplia.

En el blog denominado Icarito se dice que:

> A partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información. (Anónimo, Icarito, 2014)

Al principio el único medio para informarse era a través se lo impreso y por lo tanto era importante en la vida de las personas para poder estar al tanto de lo que ocurría en la sociedad, pero esto cambio con la llegada de la televisión, radio y en la actualidad Internet.

¿Cuál fue el primer periódico del mundo?

Según Guillermo en el blog Respuestas pone en manifiesto que:

El primer periódico oficial del mundo fue La Gazette de France, fundado el 30 de mayo de 1631 por el médico y periodista francés Theóphraste Renaudot. En un principio este primer periódico fue llamado La Gazette, nombre que tomó de la moneda de cobre (la gazzetta) utilizada en Italia para comprar la prensa. Salía una vez por semana, todos los viernes, y constaba de cuatro hojas donde se publicaban noticias del exterior y de la Corte. En él no aparecía ningún dato de producción, como el nombre del editor, del productor o del impresor, como así tampoco la fecha de emisión. A partir de su sexto número, en julio de 1631, el periódico comenzó a publicar su fecha de emisión. Eran épocas de innovación, recordemos que

se trata del primer periódico y que antes del mismo solo existían libros, por lo que muchas cosas se hacían “a prueba y error”.

Con el paso de los años, La Gazette fue mejorando debido al éxito que logró obtener. Se le realizaron mejoras en la tipografía y se ampliaron los contenidos, comenzándose a publicar sucesos ocurridos dentro del país. Fue así que empezó a ser conocida como La Gazette de Francia. Pasó a publicarse dos veces por semana, y posteriormente las publicaciones se hicieron diarias.

Tras la muerte de Theóphraste Renaudot, La Gazette de France continuó siendo publicada por sus dos hijos: Isaac Renaudot y Eusebio Renaudot, quienes llevaron a este medio a un crecimiento aún mayor. El último número de este periódico se publicó el 30 de septiembre de 1915. En sus 284 años, este diario dejó un increíble legado cultural que al día de hoy es recordado en todo el mundo. (Guillermo, 2015)

El primer diario impreso en Ecuador según nuestra historia

En el blog Helena se habla acerca del primer periódico existente en el país:

El 5 de enero de 1792 circuló por primera vez en nuestro país un periódico, el mismo se llamó “Primicias de la Cultura de Quito”, este medio de comunicación aparecía cada 15 días, y se publicó solamente en 7 ocasiones, puesto que fue tachado de “revolucionario” y “subversivo” lo que desencadeno en una persecución del diario y de su director y redactor, Eugenio Espejo, para conmemorar este acontecimiento se eligió el 5 de enero de cada año como el “Día del Periodista Ecuatoriano”. (Helena, 2013)

Medios de Comunicación que existen en nuestro país

En el Ecuador existen 133 radios, 30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales. Existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas. Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; la región Sierra es donde más medios se registran. (Costales, 2012, págs. 5,6)

Es tanto la importancia que viene cobrando la Internet, que los medios tradicionales están optando para que esta herramienta digital sea un beneficio para ellos, ya que los medios impresos tradicionales están en un punto de quiebre, esto se debe porque la sociedad tiene un mayor interés en Internet antes que a este medio tradicional.

Porcentaje de las personas que tienen acceso a Internet

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 en nuestro país.

Apertura de los Medios Digitales en Ecuador

Luis A. Fierro citado por (Costales, 2012, pág. 8) da a conocer cuando llegó Internet a nuestro país:

En nuestro país, Internet llegó en 1991, cuando la compañía Ecuanex facilitó el primer acceso gracias a un nodo establecido por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom, que forma parte de la red mundial del Institute for Global Communications/Alliance for Progressive Communications (IGC/APC), que provee este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo.

José Rivera Costales sigue haciendo énfasis sobre la manera en que fue progresando este avance tecnológico:

En 2007, el Ecuador incrementó su capacidad de conexión a Internet a través del cable submarino implementado por la empresa privada; la operadora Telefónica invirtió cerca de 35 millones de dólares para enlazar al Ecuador con el anillo de fibra óptica que pasa frente a nuestras costas y así incrementar la conectividad. Antes solo teníamos conexiones vía terrestre con Colombia y Perú. (Costales, 2012, pág. 9)

Primer medio tradicional que tuvo su página digital en Ecuador

El año 1994 marca un punto de quiebre en cuanto a información noticiosa, algunos medios de comunicación tradicionales, principalmente los periódicos, empezaron a publicar habitualmente contenidos en Internet. Esos primeros sitios eran versiones básicas, pero permitían conocer lo que sucedía en nuestro país desde cualquier rincón del mundo. (Costales, 2012, pág. 7)

En Ecuador el periodismo digital se empezó a desarrollar desde los años 90´s, empezaron a plasmar el mismo contenido de los medios impresos en la web. “El diario *Hoy*, en 1994, fue uno de los primeros de Latinoamérica, en emigrar contenido a la web”. (Punín, Rivera & Marín , 2014, pág. 6)

Diego Araujo, subdirector de información del diario HOY, citado por Pamela Cruz, dice:

> Este diario es el primer medio de Sudamérica que tuvo el periódico en línea (…) Una primera motivación fue la innovación tecnológica, pero conforme se fue acentuando el fenómeno migratorio y se cuenta con grupos de ecuatorianos tan importantes en el exterior, se consolidó el proyecto del periódico en línea". (Costales, 2012, pág. 14)

El periodista ecuatoriano Christian Espinosa, en su Blog Cobertura Digital, manifiesta que otro de los pioneros es diario El Comercio en el año 1996 "la página principal era una nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, y un índice de links adicionales de otras secciones". (Espinosa, 2005). En la actualidad aún hay medios digitales que se basan en publicar la misma nota del medio impreso.

Aunque al principio lo que los medios digitales se dedicaban hacer era transcribir las mismas noticias de los medios impresos, en la actualidad este medio ha cobrado una gran importancia, debido a que los medios tradicionales ahora están optando por informar a la sociedad a través de este medio digital, porque se puede hacer de una manera inmediata y esto es lo que le importa a la gente, obtener información lo más pronto posible de los hechos sucedidos tanto a nivel local, nacional y también a nivel mundial.

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). (Punín, Rivera & Marín , 2014, pág. 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 medios nativos digitales, cuyo crecimiento es estable, pero sin mayores innovaciones tecnológicas” (Punín, Rivera & Marín , 2014, pág. 19). Aunque existan los diarios digitales en algunos casos la poca rentabilidad hace que los directores no inviertan en ellos.

Desarrollo del periodismo digital en los diarios lojanos

En la provincia Loja según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el censo realizado en el 2010, 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 los autores anteriores 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 Internet y por ende a las diferentes formas de comunicación e información que encontramos en la web.

En la ciudad de Loja el periodismo digital según empieza con diario La Hora-Loja más o menos en la década del 2000, seguido por el diario Crónica de la Tarde en el 2008 para luego incorporar su versión digital diario Centinela en el 2010.

En nuestra ciudad según lo indica el Editor del diario La Hora-Loja Lic. José Padilla “El primer diario en circular fue Diario La Hora el 1 de agosto de 1997, así también fuimos el primer diario de la ciudad de Loja en acceder a un página web más o menos en la década del 2000” (Padilla, 2015). En la actualidad diario La Hora lidera con su versión impresa y digital en la

ciudad, pero también tienen las personas independientes que crean su portal web con fines informativos y participativos.

El director de Diario Centinela Lic. José Sánchez indica que "Nuestro diario circuló por primera vez el 18 de noviembre de 2009 y en enero-febrero de 2010 ya estuvimos con una página web" (Sánchez, 2015). Este diario a pesar de estar circulando por cerca de siete años, la circulación del día jueves 23 de junio de 2016 fue su última edición.

En la página web de Diario Crónica se puede obtener la siguiente información:

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.

Los fundadores desde un inicio presentaron como primera causa el servicio a la ciudadanía: para la defensa de los intereses de la comunidad lojana, la sociedad y la cultura. Estos propósitos constituyen el fundamental objetivo de los intelectuales de la vanguardia de Loja y los llevan a la cima de sus preclaros ideales.

El nombre original de este periódico, Crónica de la Tarde, en los ya largos años de su vida periodística, la experiencia ha conducido a uno nuevo: "Crónica, el Diario de Loja".

Desde el año 2008, la tecnología ha permitido que su contenido esté al alcance de más lectores, dentro y fuera del país, gracias a su sitio web www.cronica.com.ec y redes sociales www.facebook.com/diariocronica y https://twitter.com/cronicaloja además de su versión digital issuu.com/cronicaloja.

A partir del año 2014, nuestro periódico pasó a ser matutino, tras 35 años de circulación vespertino. (Crónica las noticias al Día , 2015)

El creciente acceso a Internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador ha modificado muchos aspectos de la vida cotidiana. Son espacios nuevos que brotan de la iniciativa ciudadana o de periodistas de medios que buscan tener sus propios espacios de comunicación, algo impensable hace unos pocos años.

Ante este nuevo proceso tecnológico el Editor del diario La Hora-Loja Lic. José Padilla indica que "Más bien Internet ha servido como un complemento para el asunto informativo, nos ha servido también para el tema de las fotografías, es de ayuda para la edición impresa, pues no nos podemos descuidar del soporte digital y por lo tanto son estrategias que estamos implementando a través de diversas tácticas que ofrecemos nosotros en la versión del medio impreso" (Padilla, 2015). Como se puede ver este avance de la tecnología les sirve para mejorar tanto como medio impreso y el soporte digital.

Futuro de los medios impresos

En la actualidad se ha formado una batalla entre los medios de comunicación por buscar información y de esta manera tener la primicia y no perder la importancia que tenían al momento de la existencia de estos.

La llegada de Internet es un medio que nos ofrece información tanto en audio, texto e imágenes; y además de esto ofrece inmediatez que es algo de lo que carece los medios impresos. El periodismo digital permite que se pueda actualizar la información varias veces en un mismo día y de forma inmediata.

Estamos viviendo en los primeros pasos de una sociedad informada, pues los medios eran los que se preguntaban ¿quién tiene que reivindicar los medios?, pero lo que se ha venido viendo en los últimos tiempos es que los medios van en remolque de las transformaciones. "La cuestión de "reinventar los medios" puede reformularse como la necesidad, angustiosa a veces, que los propios medios tienen de encontrar su posición en el nuevo espacio que se ha creado con la revolución digital" (Romero, 2007, pág. 2)

En la actualidad están conviviendo tanto nuevos como viejos medios, con el único propósito que tienen ambos, que es el de hacer llegar la información a todas las personas; pero el método que los medios tradicionales utilizan ya no coincide con el público objetivo, pues con la aparición de las diferentes opciones que tiene la red Internet, la situación ha cambiado radicalmente; ayudando para que esta manera las cosas se inviertan y por lo tanto el periodismo digital cobre importancia frente al tradicional que tenía una fuerte influencia en la sociedad.

Por esto se ha venido recalcando que la prensa escrita tradicional, no digital se enfrenta a un grave problema pues el contenido de una noticia difundido en un periódico un día después ya es historia.

El futuro del periodismo es incierto en este momento, pues no se sabe a ciencia cierta cuáles serán los efectos que esta globalización digital traerá consigo; pero de lo que si se está consiente generalmente de los medios impresos es de la falta de inmediatez que tienen los mismos y por lo tanto los mismos han optado por acceder a este soporte digital para poder ofrecer noticias inmediatas y de actualidad y así complementarse ambos medios.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Loja, se aplicó una serie de procedimientos básicos y métodos de recopilación, análisis e interpretación de la información, los mismos que permitieron reforzar el proceso de investigación para construir una posible solución al problema.

Los materiales que se utilizaron para el diseño, construcción y desarrollo de la investigación fueron: computadora, internet, impresora, grabadora de audio, cámara fotográfica, flash memory, papelería, celular, tablet y libros.

Con lo que respecta a la metodología, se utilizaron varios métodos, esto con el fin de analizar la problemática desde diferentes puntos científicos tal como lo requiere la investigación; a continuación los métodos utilizados:

MÉTODOS

Método Científico: Se aplicó en la elaboración del marco teórico y revisión literaria que a través de la conceptualización recolectada de libros, apuntes e internet aportaron al trabajo investigativo. Se pudo obtener el contexto sistemático de la investigación a través de observación, la predicción, las reglas del razonamiento y la comunicación del resultado de todo el proceso o fenómeno a investigar, procedimiento que permitió despejar las dudas sobre el tema y así programar una posible solución ante el problema encontrado, que se basa en la inexistencia de un plan estratégico de comunicación institucional.

Método Descriptivo: Permitió conocer de manera más detallada cómo se encuentra la situación de los medios impresos de la ciudad de Loja.

Este método permitió describir una situación del fenómeno a través de la observación directa del problema, analizando el medio que las personas prefieren para informarse y si existe algún efecto que se esté dando en los medios impresos de la ciudad de Loja, la mayoría de las personas prefieren informarse mediante la televisión, y que si bien no tienen el periódico como uno de los medios predilectos para informarse, esto no les afecta a los diarios de la ciudad de Loja de manera negativa, más bien les sirve como un complemento que aporta al desarrollo del medio tradicional.

Método Estadístico: Este método ayudó a determinar la población y a partir de esto la muestra sobre la que se realizó la investigación, y de esta manera plasmar los datos recogidos en la tabulación de encuestas y entrevistas y así obtener datos cuantitativos y cualitativos, del problema que se investigó.

Permitió ordenar, procesar e interpretar la información recopilada en el campo de estudio. Además, facilitó la tabulación de los resultados obtenidos mediante las encuestas para su posterior descripción e interpretación, de acuerdo a la muestra planteada.

Método deductivo

Este método permitió analizar el principal problema de la investigación, basado en la globalización digital y si está afectando de alguna manera a los medios impresos de la ciudad de Loja, en el que se determinó que esta era digital afecta de manera positiva porque permite a los diarios utilizar el soporte digital como un complemento que les sirve para convivir los dos medios y de la misma forma les permite a las personas ser parte de este proceso tecnológico.

TÉCNICAS

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

Bibliográfica

A través de esta técnica se pudo obtener información de internet, así como de libros, revistas, PDF, ensayos, y de esta manera tener conocimiento sobre este tema, accediendo a información e investigación realizadas tanto en el país como en otras partes del mundo.

Entrevistas

A través de esta técnica se pudo obtener información específicamente con el tema a investigar y sobre las principales necesidades del problema. Las mismas que estuvieron dirigidas al director de Diario Centinela y al editor de Diario La Hora-Loja; con el propósito de conocer si debido a la utilización de Internet en la actualidad, estos diarios se han visto afectados de alguna manera en la venta del periódico.

Encuestas

Esta técnica se aplicó con el propósito de determinar la opinión pública sobre el tema a investigar, la misma que fue aplicada a los moradores de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, con el propósito de obtener datos que esclarezcan la constatación de los objetivos. Esto se obtuvo mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas, a un número de 400 habitantes de las parroquias urbanas del cantón Loja (San Sebastián, El Sagrario, Sucre y El Valle), tomando en cuenta el universo de 170.280 habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadistas y Censos INEC (2010), por lo tanto del porcentaje total de habitantes de la ciudad

se sacó una muestra para la realización de encuestas, aplicando la siguiente fórmula, la cual es para un universo infinito.

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q}{E^2}$$

n = tamaño de la muestra o población a estudiar.

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%.

Al ser el universo superior a 100.000, hay que utilizar la siguiente fórmula para universos infinitos:

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q}{E^2}$$

$$n = \frac{2^2 \times 50 \times 50}{5^2}$$

$$n = \frac{4 \times 2500}{25}$$

$$n = 400$$

f. RESULTADOS

Después de haber aplicado un número de 400 encuestas a la población urbana de la ciudad de Loja, con el objetivo de conocer la opinión que tiene la población sobre si tiene conocimiento acerca de la globalización digital, si tienen acceso a internet, así como el medio que prefieren para obtener. Este proceso permitió tener una visión más amplia sobre el tema de estudio.

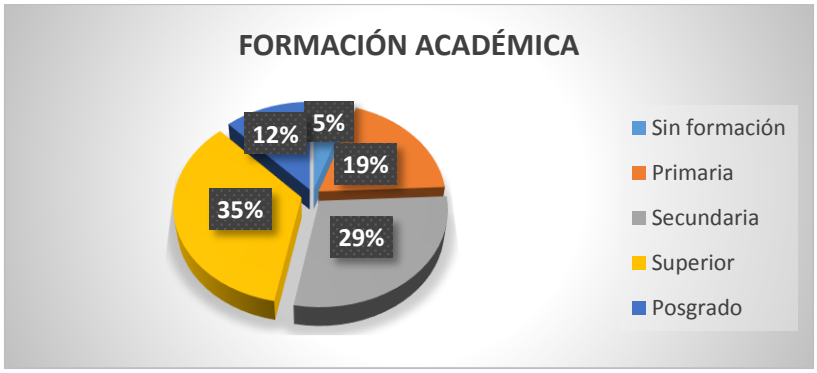
DATOS INFORMATIVOS DE LOS ENCUESTADOS

Formación Académica:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin formación	21	5%
Primaria	76	19%
Secundaria	115	29%
Superior	140	35%
Posgrado	48	12%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

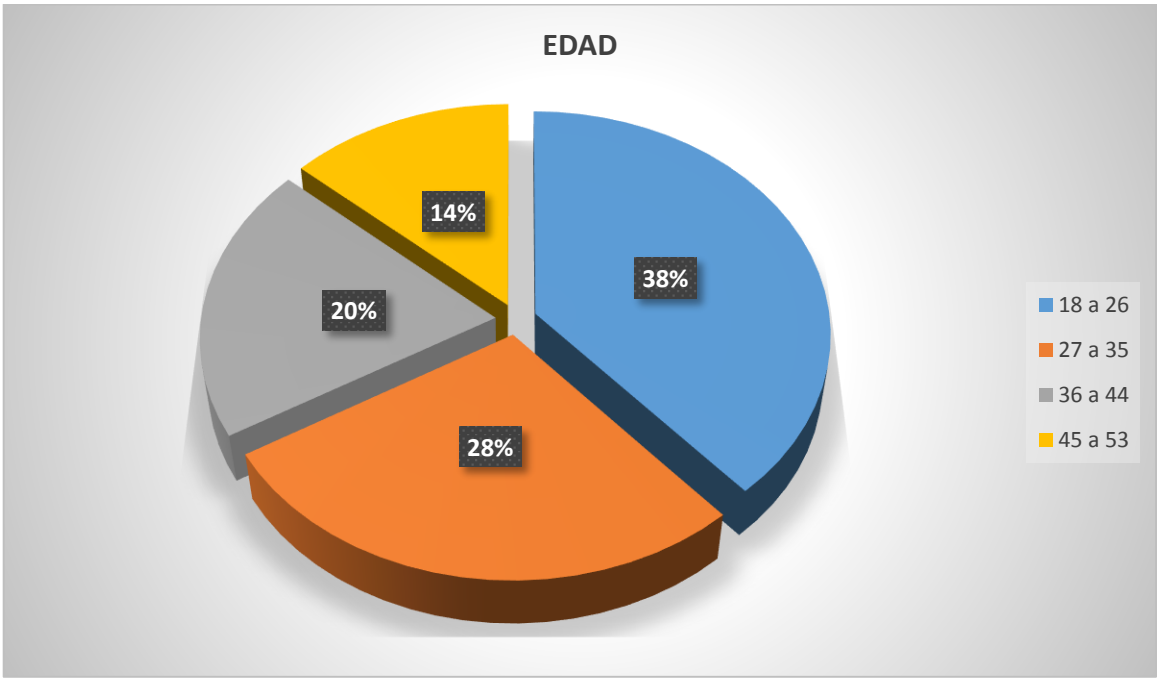
Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

Edad:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 26	154	38%
27 a 35	112	28%
36 a 44	80	20%
45 a 53	54	14%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

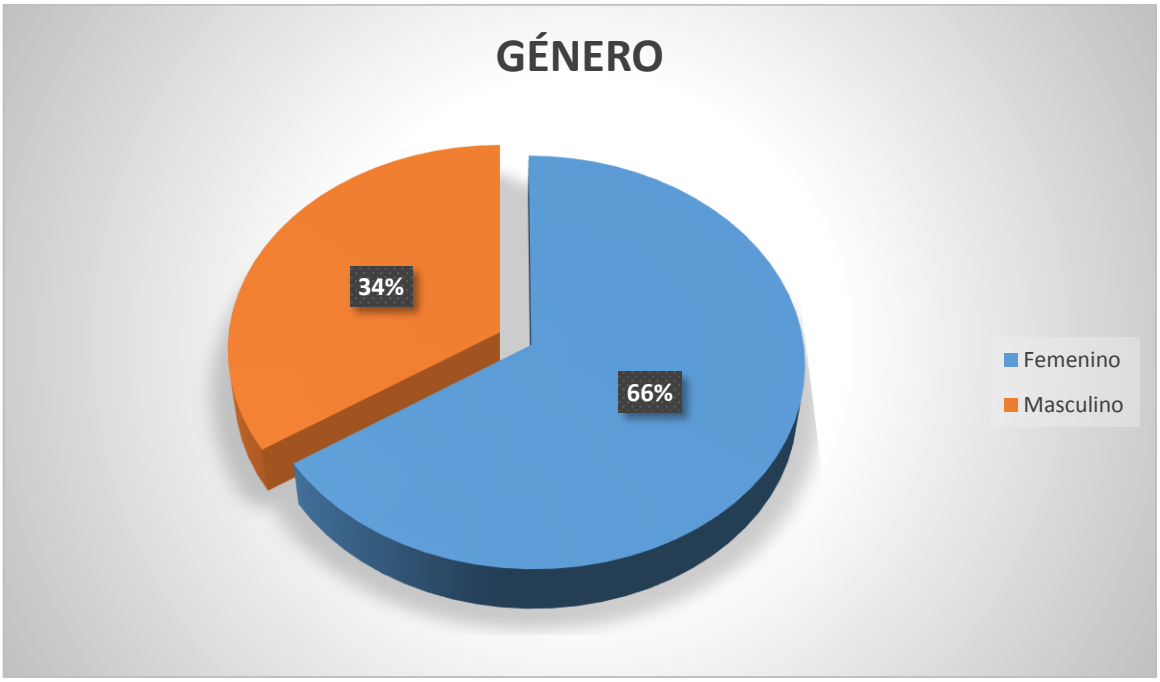
Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

Género:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	263	66%
Masculino	137	34%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

1. **¿Sabe usted a qué se refiere la globalización digital?**

CUADRO Nº1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	217	54%
No	183	46%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº1

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 55% de las personas encuestadas dicen tener conocimiento acerca de la globalización digital que está presente en la sociedad como un avance tecnológico, mientras que el 45% de personas dan a conocer que desconoce a qué se refiere la globalización digital.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de encuestados que dicen conocer lo que es la globalización digital, afirma que conoce sobre este tema a través de internet, de la televisión u otro medio de comunicación. De su parte quienes dicen que no conocen sobre este tema, justifican su razón porque no tienen tiempo suficiente para informarse sobre este tema o no tienen acceso a internet y por lo tanto no pueden estar informados.

2. **Si su respuesta es sí ¿Considera usted que los medios impresos están siendo afectados por la globalización?**

CUADRO Nº2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	80	37%
No	137	63%
TOTAL:	**217**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº2

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las 217 personas que si tienen conocimiento acerca de la globalización digital, un 37% considera que los medios impresos si están siendo afectados por la globalización; mientras que el 63% opina que la globalización digital no está afectando a los medios impresos porque no piensa que sería algo negativo para los diarios.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas que conocen acerca de la globalización digital opinan que los medios impresos no están siendo afectados de ninguna manera, porque más bien Internet les sirve como un medio que se puede complementar con los diarios y así ayudarse mutuamente durante el proceso de información. Mientras que el restante de las personas opina que si están siendo afectados por la globalización, porque las personas en algunas ocasiones prefieren obtener información mediante Internet debido a que les ofrece inmediatez y también por su gratuidad.

3. **Si su respuesta es no ¿Considera usted que el periódico impreso es uno de los medios que las personas prefieren para informarse?**

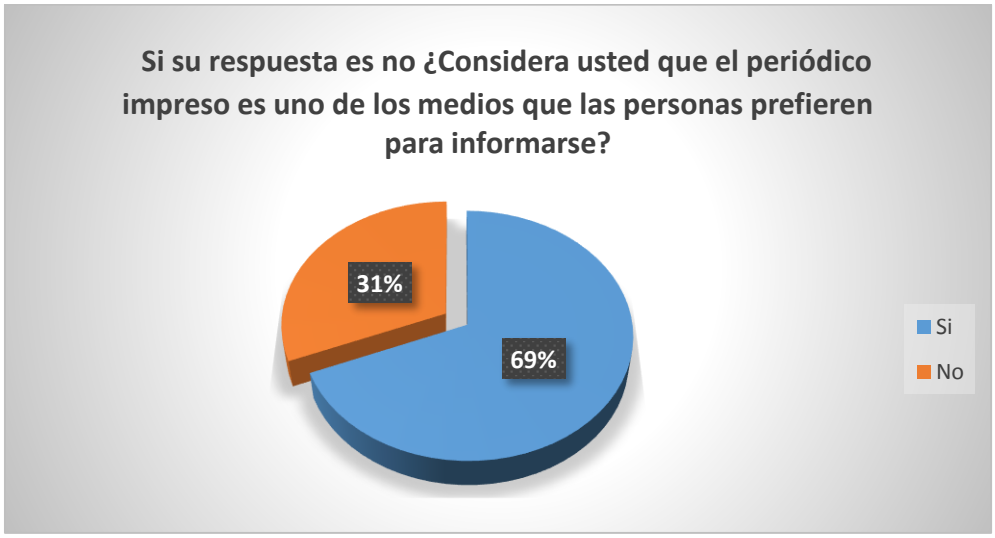
CUADRO Nº3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	126	69%
No	57	31%
TOTAL:	**183**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 3



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las 183 personas que no tienen conocimiento acerca de la globalización digital, el 69% considera que el periódico es uno de los medios que prefieren para informarse; mientras que el 31% opina que no es uno de los medios predilectos que prefieren para mantenerse informados.

ANÁLISIS CUALITATIVO

De las personas que no tienen conocimiento sobre esta era digital, la mayor parte dicen que el periódico es uno de los medios que las personas prefieren para informarse, debido a que es más accesible para ellos y confían en la información que emiten; mientras que el resto de encuestados opina que no prefieren este medio para poder obtener información, debido a que es un medio que no ofrece hechos de actualidad, pues es un medio que no puede ofrecer inmediatez para sus lectores.

4. **¿Tiene usted acceso a Internet?**

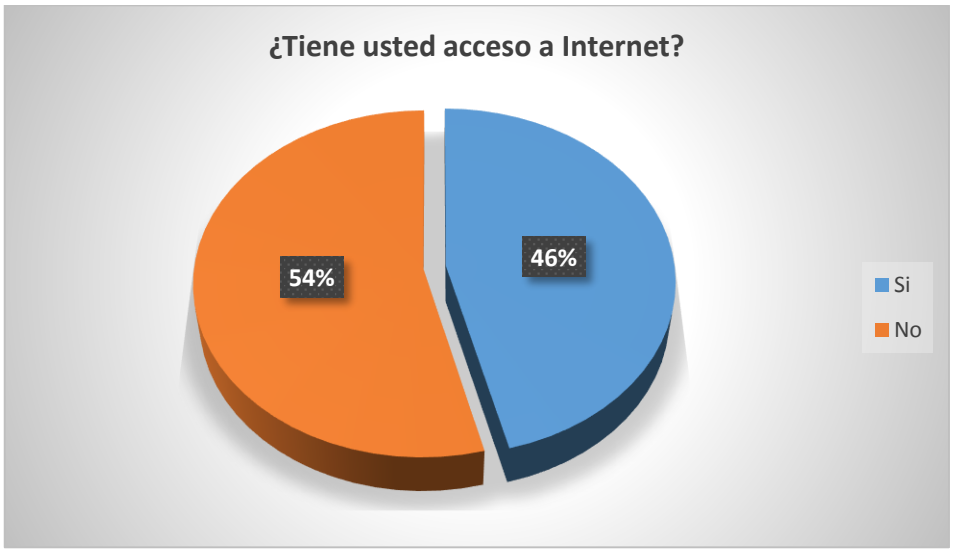
CUADRO Nº4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	184	46%
No	216	54%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº4



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas 184 que representa un 46% de la población encuestada da a conocer que si tienen acceso a Internet; en tanto que 216 personas que representa un 54% de la población dice que no tienen acceso a Internet.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En relación a la pregunta planteada la mayoría de las personas dan a conocer que no tienen acceso a Internet, por lo tanto no todas las personas pueden estar al tanto de los hechos que ocurren de manera inmediata, esto quiere decir que esta globalización digital no representaría un efecto negativo para los medios impresos, porque para que se vean afectados de manera negativa ya sea en la reducción de ventas de los diarios, todas las personas debería tener acceso a Internet.

5. **¿Cuál de estos factores cree usted que es el determinante para que las personas opten por utilizar el periódico para informarse? Seleccione una opción.**

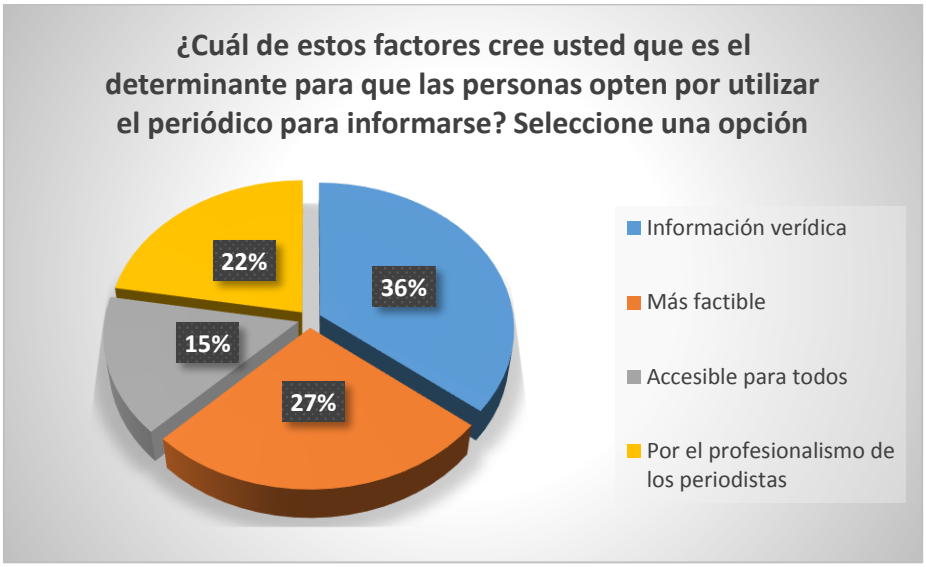
CUADRO Nº5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Información verídica	143	36%
Más factible	107	27%
Accesible para todos	61	15%
Por el profesionalismo de los periodistas	89	22%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº5



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 36% opina que uno de los factores para que las personas opten por utilizar el periódico es debido a la información verídica que ofrece el medio impreso; el 27% dice que la información de los diarios es más factible; el 15% considera que es accesible para todos; mientras que el 22% dice que es por el profesionalismo de los periodistas.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas opina que la razón por la que se opta para informarse por el periódico es debido a que este medio ofrece información verídica y por lo tanto es más contundente. Para las demás personas en cambio este es un medio que se prefiere ya sea porque la información que ofrecen los diarios es más factible, por el profesionalismo de los periodistas o porque es accesible para todas las personas.

6. **¿Cuál de estos factores cree usted que es el determinante para que las personas opten por utilizar Internet? Seleccione una opción.**

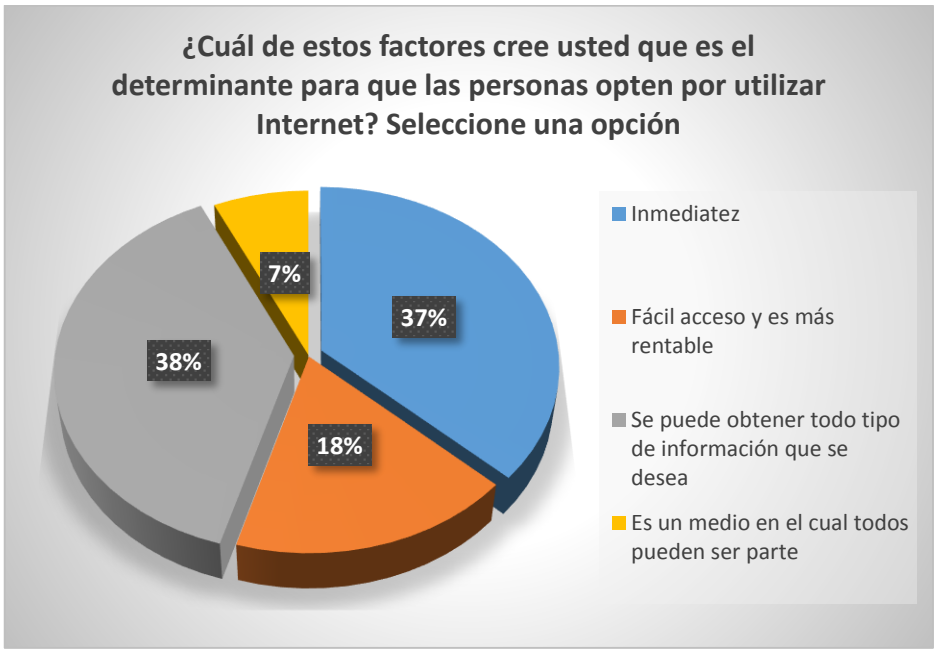
CUADRO Nº6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inmediatez	147	37%
Fácil acceso y es más rentable	71	18%
Se puede obtener todo tipo de información	154	38%
Es un medio en el cual todos pueden ser parte	28	7%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº6



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 37% de las personas encuestadas opina que uno de los factores por la cual utilizan la Internet es debido a la inmediatez que ofrece el mismo; el 18% dice que es por el fácil acceso y es más rentable; para el 38% de las personas es porque se puede obtener todo tipo de información; y para el 7% es porque es un medio en el cual todos pueden ser parte.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Para la mayoría de los encuestados la razón para utilizar Internet es porque se puede obtener todo tipo de información que se desea, ya sea en audio, videos o texto, que es lo que la mayoría de las personas siempre buscan. Por otra parte las demás personas opinan que el utilizar Internet es debido a la inmediatez que presenta este medio al momento de informar, pues al momento en que ocurre un hecho importante en cualquier parte del mundo se puede acceder a esta

información de una manera más rápida; también por el fácil acceso y rentabilidad y además porque es un medio en el que todos pueden participar y ser parte de él.

7. ¿Cuál es el medio que usted prefiere para mantenerse informado?

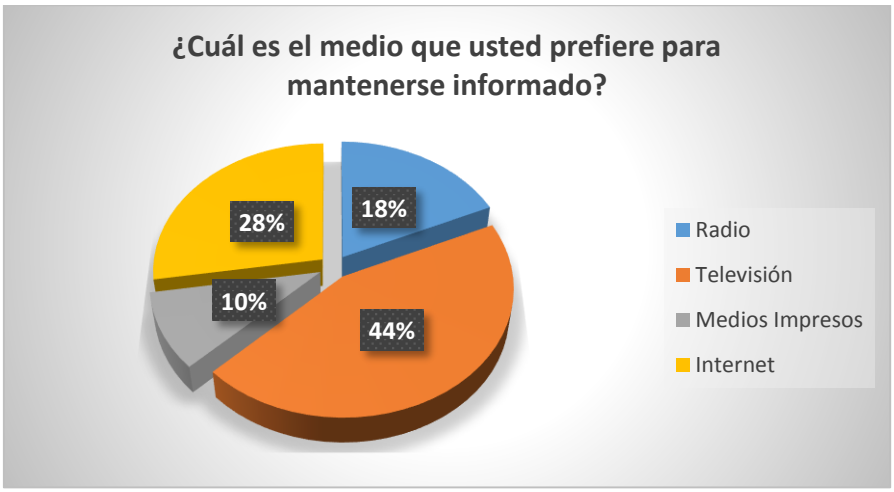
CUADRO Nº7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	73	18%
Televisión	178	44%
Medios impresos	39	10%
Internet	110	28%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº7



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 18% dan a conocer que el medio que prefieren para obtener información es la radio; el 44% prefiere informarse a través de la televisión; el 10% prefiere los medios impresos; mientras que el 28% prefiere informarse a través de Internet.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de los encuestados prefiere la televisión como medio para informarse debido a que presentan noticias de manera inmediata, así como por ser un medio al cual la mayoría tiene acceso. Mientras que una cantidad igualmente mayor prefiere obtener información a través de Internet, debido a su inmediatez; otras personas prefieren informarse a través de la radio porque es un medio tradicional; y las personas que prefieren los medios impresos es debido a su fácil acceso.

8. **¿Por qué prefiere informarse a través de este medio?**

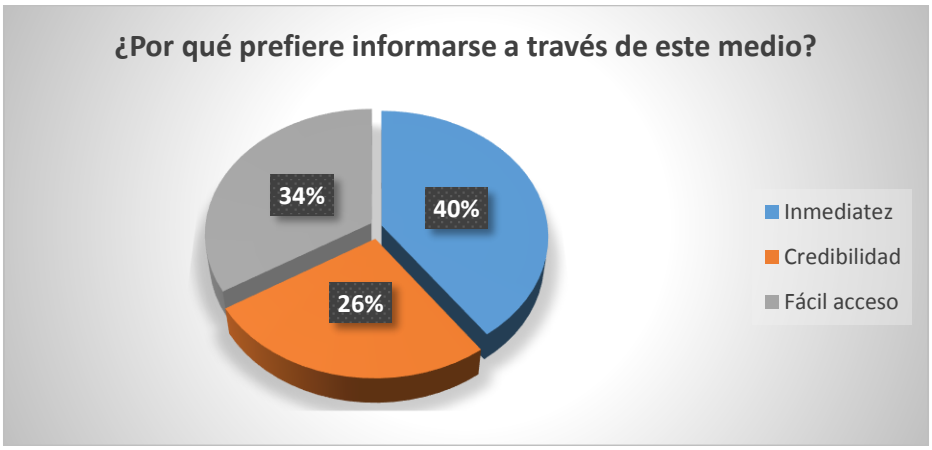
CUADRO Nº8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inmediatez	160	40%
Credibilidad	105	26%
Fácil acceso	135	34%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 8



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 40% opina que la razón por la que prefiere informarse a través de ese medio es debido a la inmediatez; el 26% utilizan ese medio por la credibilidad que presentan los mismos; mientras que 34% dicen que prefieren ese medio debido a que es de fácil acceso.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas encuestadas prefieren informarse a través de la televisión o internet, que son los medios con mayor opción para informarse es debido a la inmediatez que ofrecen los mismos, ya que pueden estar al tanto de lo que ocurre de forma rápida. De su parte las demás personas encuestadas dicen que la razón por la cual utilizan y prefieren ya sea la radio o medios impresos, es por la credibilidad que presentan los medios que utilizan, así también porque es de fácil acceso para ellos.

9. ¿Qué medio impreso de la ciudad de Loja lee usted? Señale una opción

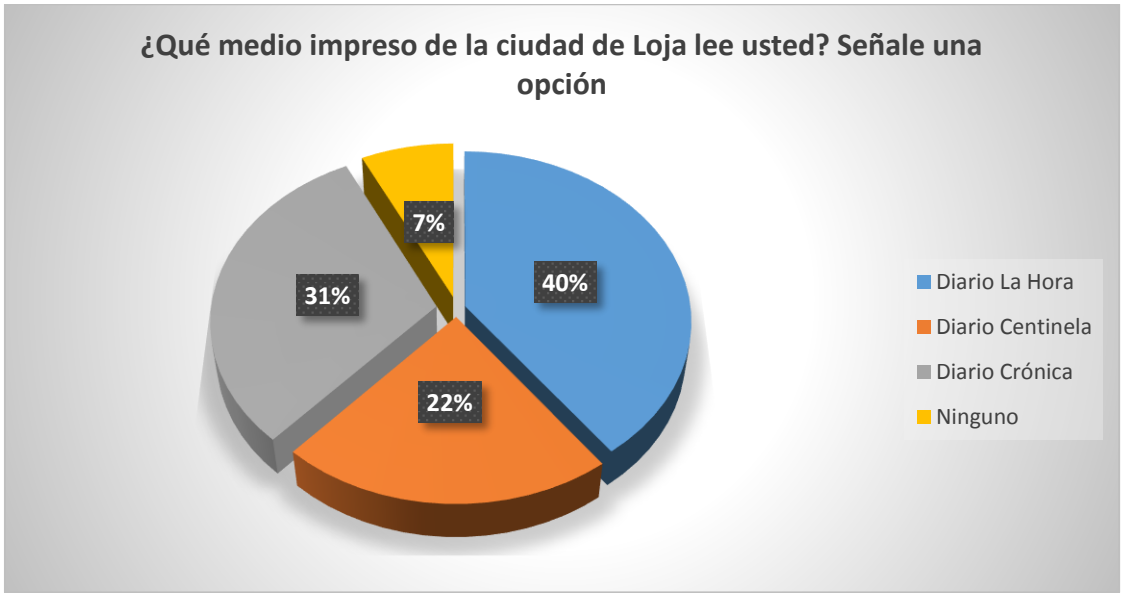
CUADRO Nº9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario La Hora	159	40%
Diario Centinela	88	22%
Diario Crónica	124	31%
Ninguno	29	7%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 9



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 40% da a conocer que el medio impreso que leen es Diario La Hora; el 22% leen Diario Centinela; mientras que el 31% prefiere leer Diario Crónica; y el 7% restante no lee ninguno de los diarios mencionados.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que el medio impreso de la ciudad de Loja que leen es Diario La Hora, ya que es el periódico que más se conoce en la ciudad y por lo tanto les parece más confiable. En tanto que el restante de las personas prefiere informarse a través de Diario Centinela y Crónica; así también como hay personas que no leen los diarios.

10. ¿Confía usted en la información que brinda la prensa escrita?

CUADRO Nº10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	273	68%
No	127	32%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 10

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 68 % de las personas encuestadas dice que sí confía en la información que brinda la prensa escrita; mientras que el 32% no confía en la información que brinda este medio.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas manifiestan que ellos sí confían en la información que brinda la prensa escrita, ya que ellos realizan una investigación minuciosa de las noticias que publican en el periódico. Por otra parte las personas que no confían en la información de la prensa escrita es debido a que las noticias publicadas muchas de las veces ya no son actuales y ellos ya están al tanto de lo que ha ocurrido mediante otros medios de comunicación.

11. ¿Usted cree que la globalización digital podría afectar de manera negativa a los medios impresos de la ciudad de Loja?

CUADRO Nº11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	133	33%
No	267	67%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 11

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 33% opina que la globalización digital si afectaría a los medios impresos; mientras que el 67% piensa que esta era digital no podría llegar afectar a los diarios.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas encuestadas piensan que los medios impresos de la ciudad de Loja no se verían afectados de manera negativa por la globalización digital, porque este medio más bien le puede ayudar a los diarios para que puedan complementar la información que plasman en el periódico y que además toda la gente debería tener acceso a Internet para verse afectados; mientras que las personas que opinan que si serán afectados es porque los medios impresos no pueden ofrecer la inmediatez con la que cuenta Internet y por lo tanto puede haber una reducción en la venta de los diarios.

12. ¿Qué piensa usted que deberían hacer los medios impresos frente a la globalización digital? Señale una opción

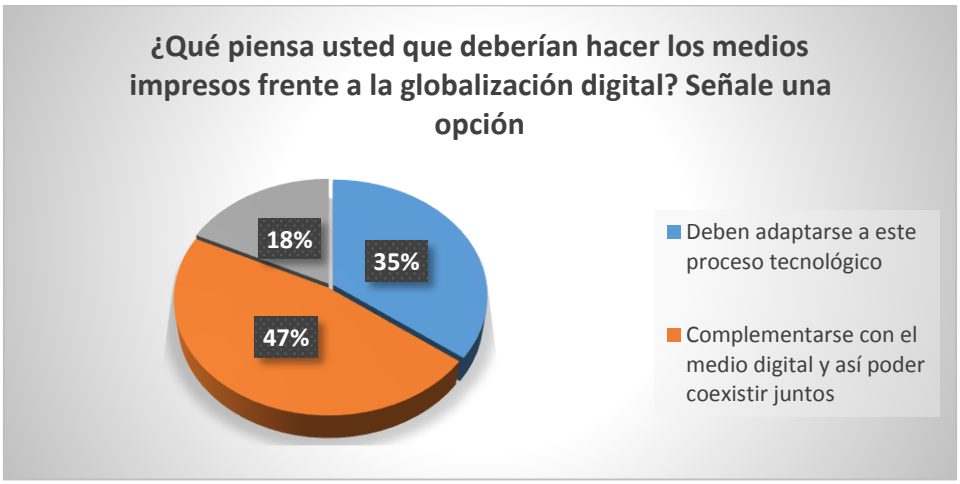
CUADRO Nº12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deben adaptarse a este proceso tecnológico	141	35%
Complementarse con el medio digital y así poder coexistir juntos	188	47%
No preocuparse y seguir realizando el trabajo que vienen haciendo	71	18%
TOTAL:	**400**	**100%**

Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

GRÁFICO Nº 12



Fuente: Población urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Mariana Tenicela Bustán

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 35% de las personas encuestadas opinan que lo medios impresos tendrían que hacer es adaptarse a este nuevo proceso tecnológico que está viviendo la sociedad; el 47% manifiesta que lo que deben hacer es complementarse con el mundo digital; en tanto que para el 18% dicen que no deberían preocuparse y seguir realizando el trabajo que vienen haciendo.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de las personas encuestadas opinan que lo que los medios impresos deberían hacer frente a la globalización es complementarse con el soporte digital y de esta manera poder coexistir los dos medios sin necesidad de verse afectados de manera negativa, pues si bien los diarios no pueden ofrecer inmediatez en las notas periodísticas que emiten, es un medio que puede contrastar y verificar de manera profesional lo que da a conocer; deberían adaptarse a este nuevo proceso tecnológico para que de esta manera se puedan ayudar mutuamente.

ENTREVISTAS

Entrevista I: José Sánchez: Director de Diario Centinela

1. **¿Tiene usted conocimiento acerca de la globalización digital?**

Por supuesto, esta globalización actualmente la podemos notar en las páginas digitales de los medios de comunicación, que cada vez van aumentando porque justamente se dan cuenta que la información digital va ganando espacio, entonces ahora los medios impresos tenemos una parte digital y la parte física y algunos nos estamos quedando solo con la parte digital.

2. **¿Usted cree que debido a Internet los medios impresos de la ciudad de Loja se estén viendo afectados?**

Yo creo que esto nos afectado a todos los medios de comunicación tradicionales, impresos más que todo, en el mundo actual donde las nuevas tecnologías de información, los medios digitales van cada día tomando mayor espacio, es obvio, es evidente que ese espacio que ganan los medios digitales lo quitan a los medios tradicionales, a los medios físicos, entonces esta es una de las razones, pero no es la razón mayor, pero si puede que haya influenciado un poco.

3. **¿Para usted la globalización digital representa algo positivo o negativo o negativo para los diarios?**

Creo que en parte puede ser algo negativo porque los medios digitales cada vez aumentan más debido a que ofrecen inmediatez, por lo tanto los medios digitales están ganando espacio; ahora con los teléfonos móviles que trae la posibilidad de descargar las noticias, de informarse al mismo rato en donde estemos. Eso prácticamente le está quitando el mayor espacio a los medios impresos.

4. **¿Usted cree que los medios impresos estén propensos a desaparecer debido a este avance tecnológico?**

Yo creo que los medios impresos no van a desaparecer en los próximos años, de aquí yo calculo que aproximadamente durarán los medios impresos de 10 a 20 años más.

Pero mientras los medios impresos estén en circulación, tienen que ser cada vez más investigativos, tienen que ser más personalizados, para que lleguen solamente a ciertos clientes que quieren el medio impreso, los medios impresos están ahora en una disyuntiva, ya no pueden hacer periódicos para ver si los compran o no los compran, tienen que hacer periódicos para tales personas que necesitan y que han hecho una suscripción de ese diario. Entonces en eso los medios impresos cada vez van a ir disminuyendo en cuanto a su tiraje, porque obviamente la gente muchas veces prefiere lo digital, porque le sale mucho más económico, yo puedo obtener el mismo periódico pero en digital y más económico.

Entonces hay la tendencia a seguir disminuyendo cada vez la circulación de los periódicos, probablemente en este momento no va a suceder, pero un rato va a llegar a desaparecer, porque inclusive por lógica natural, qué es lo que va a pasar, algún rato en el planeta están disminuyendo los árboles, al disminuir los árboles disminuye la madera, se va acabar el papel, entonces por lógica el medio impreso tiene que desaparecer.

5. **¿Qué cree usted que deberían hacer los medios impresos frente a este nuevo avance tecnológico?**

Tienen que ser personalizados para que aseguren sus ventas, tienen que cada vez enlazarse/complementarse con los medios digitales, para que el medio escrito sea un complemento de lo que aparece en lo digital, yo creo que esa es la técnica, la táctica más adecuada para que no tiendan a desaparecer muy pronto.

Entrevista II: José Padilla: Editor de Diario La Hora-Loja

1. **¿Tiene usted conocimiento acerca de la globalización digital?**

Claro, la globalización digital a raíz del año 2000 empezó a tomar cuerpo en el mundo y empezamos con fuerza en los diferentes aspectos, ha venido a revolucionar un poco en el asunto comercial, en el asunto tecnológico, en el asunto productivo inclusive, en el asunto político y esto es pues producto del desarrollo tecnológico que se está viviendo en el mundo. Este es un adelanto quizá a un sistema un poco caduco que se venía haciendo hasta antes de 1949, que en la realidad la comunicación no era tan inmediata como ha venido ocurriendo en la actualidad. Entonces creo que es un progreso que la comunidad y la sociedad lo está aprovechando actualmente que ya estamos en el 2015.

2. **¿Usted cree que debido a Internet los medios impresos de la ciudad de Loja se estén viendo afectados?**

No, para nada, nosotros seguimos realizando el mismo trabajo de siempre, estamos acá en la provincia de Loja con una impresión más o menos de cerca de 5000 ejemplares diarios, que los distribuimos a los 16 cantones de la provincia y que estamos llegando a todos los sectores sean públicos, privados, colegios, universidades y en definitiva la organización, los gremios que nos leen y que nos buscan para que nosotros hacer la cobertura diaria.

Por lo tanto no nos hemos visto afectados para nada más bien nos estamos fortaleciendo y como sabrá somos líderes en la provincia de Loja y la región, entonces todo la gente nos busca para establecer, para salir en las páginas, por lo tanto nos sentimos honrados porque nos busquen,

que la gente vea que Diario La Hora siempre ha estado en todo lado y dando apertura a toda temática.

3. **¿Para usted la globalización digital representa algo positivo o negativo o negativo para los diarios?**

Es algo positivo, porque más bien Internet ha servido como un complemento para el asunto informativo, nos ha servido también para el tema de las fotografías, es de ayuda para la edición impresa, pues no nos podemos descuidar del soporte digital y por lo tanto son estrategias que estamos implementando a través de diversas tácticas que ofrecemos nosotros en la versión del medio impreso.

4. **¿Usted cree que los medios impresos estén propensos a desaparecer debido a este avance tecnológico?**

Bueno yo creo que como medio impreso Diario La Hora-Loja no tiene ningún temor a que esto suceda, más bien esto puede constituir en un aliciente, en un impulso para que el medio impreso saque notas de actualidad, novedosas, la inmediatez mismo, se vuelve a la comunidad, cada medio tiene sus propios lectores, los de Internet tendrá los suyos, nuestro periódico también tiene lo suyo, más bien nos abocado a nosotros a volver los ojos hacia otros sectores, como son el sector de la comunidad a la que nos debemos nosotros Diario La Hora, estamos siempre a la vanguardia de aquello, estamos con reportajes sobre asuntos de turismo, sobre asuntos de salud, sobre asuntos de educación, estamos con lo último en lo que es deportes, de lo que es crónica roja, policial y todo eso. Entonces estamos golpeando fuerte en el asunto de Internet, porque en definitiva los medios impresos están al alcance de la gente popular, de los sectores que pueden llevar un periódico a su hogar y leerlo todos.

5. **¿Qué cree usted que deberían hacer los medios impresos frente a este nuevo avance tecnológico?**

Yo creo que la estrategia es buscar notas llamativas, notas curiosas, notas que vayan acorde/a tono con las necesidades que tiene la comunidad, ir a la comunidad, ir a los barrios, contactarse con ellos, que estos sectores tengan mayor presencia en los medios de comunicación, en este caso sería la prensa, que ellos puedan expresar sus necesidades, a través de ello se puede reflejar los requerimientos, las necesidades que tengan. Eso sería una estrategia, enfocarse al sector donde nunca antes se ha ido, donde ellos nunca pudieron tener un espacio para salir en el periódico. Esa sería la principal estrategia, la otra sería ver profesionales en comunicación social debidamente preparados, solventes para hacer un buen producto y que este producto sea del agrado de los lectores, del público en general.

Complementarse con el medio digital, pues debido a eso nosotros estamos realizando un trabajo paralelo tanto con el digital y el impreso, cada uno tiene sus respectivos lectores.

Análisis del contenido de las entrevistas

Después de haber aplicado dos entrevistas a profesionales de comunicación social, en relación sobre el tema a investigar, se pudo obtener una visión más amplia sobre el objeto de estudio, las entrevistas fueron aplicadas al Director de Diario Centinela Lic. José Sánchez y al Editor de Diario La Hora-Loja, José Padilla Puchaicela; además, es oportuno manifestar que existía el interés de una tercera entrevista, que respectaba al Director de Diario Crónica, Antonio Jaramillo, pero por motivos institucionales no se pudo desarrollar. Una vez aplicadas las entrevistas a cada uno de los comunicadores se pudo concluir lo siguiente:

1. **¿Tiene usted conocimiento acerca de la globalización digital?**

Si tienen un conocimiento claro acerca de la globalización digital, porque en la sociedad es un gran avance que permite a las personas y actualmente la podemos notar en las páginas digitales de los medios de comunicación, especialmente de los medios impresos que optan por tener tanto un soporte digital como físico.

2. **¿Usted cree que debido a Internet los medios impresos de la ciudad de Loja se estén viendo afectados?**

Estas nuevas tecnologías de información, han influenciado un poco en los medios impresos debido a que los medios digitales van cada día tomando mayor espacio, pero no es algo para preocuparse y también que siguen realizando el mismo trabajo de siempre y que más bien esto les ayudado para seguir fortaleciéndose como medio impreso.

3. **¿Para usted la globalización digital representa algo positivo o negativo o negativo para los diarios?**

Para ellos es algo positivo, porque les sirve para complementar la información que emiten en el diario por lo tanto es de ayuda para la edición impresa y es una estrategia que están implementando.

4. **¿Usted cree que los medios impresos estén propensos a desaparecer debido a este avance tecnológico?**

Los medios impresos no van a desaparecer en los próximos años, no tienen ningún temor a que esto suceda, más bien esto puede constituir en un aliciente, en un impulso para que el medio impreso saque notas de actualidad, novedosas, la inmediatez mismo.

5. **¿Qué cree usted que deberían hacer los medios impresos frente a este nuevo avance tecnológico?**

Tienen que ser personalizados para que aseguren sus ventas, tienen que cada vez complementarse con los medios digitales, para que el medio escrito sea un complemento de lo que aparece en lo digital, también sería ver profesionales en comunicación social debidamente preparados, solventes para hacer un buen producto y que este producto sea del agrado de los lectores, del público en general.

g. DISCUSIÓN

Para poder determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto de investigación se ha considerado de manera puntual los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas de campo, evaluando su respectiva tabulación e interpretación.

VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo General:

- **Determinar si la globalización digital afecta a los medios impresos de la ciudad de Loja**

Se dedujo que la globalización digital les afecta de manera positiva, porque esto les permite complementar la información que emiten en sus diarios y no es algo negativo pues aún siguen vendiendo el mismo número de ejemplares, hecho confirmado mediante entrevistas que fueron aplicadas a comunicadores sociales de Diario Centinela y La Hora-Loja, por lo tanto se determina que la globalización digital aún no está afectando de manera negativa a los medios impresos de la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- **Evaluar el nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía con respecto a la globalización digital**

Este objetivo se comprobó a través de la pregunta 1, de la encuesta aplicada en referencia al conocimiento o desconocimientos de la globalización digital, se verificó que el 55% de las

personas encuestadas conocen acerca de este avance tecnológico, debido a que ellos mismos son parte de este mundo globalizado.

- **Identificar el medio de comunicación que las personas prefieren para informarse**

Dicho objetivo se comprobó mediante la pregunta 7 de la encuesta, en la que se dedujo que el medio de comunicación que las personas prefieren es la televisión, la razón por la cual las personas optan por informarse a través de este medio es debido a que puede ofrecer hechos de manera inmediata y además que es de fácil acceso para los mismos, ante esto se puede evidenciar un punto importante que es el hecho de que los diarios no pueden ofrecer inmediatez a sus lectores, y además es el medio menos predilecto que las personas prefieren para obtener información.

- **Diagnosticar la razón por la cual las personas optan por informarse a través de los medios impresos**

Este objetivo es comprobado con la pregunta 5 en la que el 36% de las personas opinan que la razón por la que optan leer los diarios es debido a que este medio ofrece información verídica y por lo tanto pueden estar seguros de que lo que están leyendo ha sido verificada y contrastada de manera profesional.

h. CONCLUSIONES

- Las personas tienen conocimiento de lo que es la globalización digital, debido a que en la actualidad se habla bastante sobre este tema y además se utiliza Internet para poder obtener información, y además esto no representaría que los medios impresos estén siendo afectados de manera negativa.
- De la entrevista realizada al Director de Diario Centinela se concluye que los medios impresos no van a desaparecer en los próximos años, pero que mientras entes en circulación tienen que ser cada vez más investigativos, personalizados, para que lleguen a lectores que quieran adquirir el periódico.
- La razón por la cual las personas optan por informarse a través del periódico es debido a que este medio les ofrece información verídica y por lo tanto confían en la información que brinda este medio, ya que ellos realizan una investigación de manera minuciosa y es hecha por profesionales.
- Según la encuesta realizada la televisión es el medio de comunicación que prevalece sobre los demás para informarse; la razón para informarse a través de la televisión, es igual a Internet porque también ofrecen información de manera inmediata de todos los lugares del país y del mundo.
- La globalización digital en vez de presentar algo negativo para los diarios, representa ser un medio por el cual los medios impresos pueden complementar la información que dan a conocer a sus lectores, y de esta manera pueden coexistir los dos medios sin la necesidad de verse afectados de ninguna manera.

i. RECOMENDACIONES

- Que se dediquen a indagar y dar a conocer hechos que le interesen a la ciudadanía, para que de esta manera los lectores se vean atraídos por la información que brinda este medio tradicional y así no se vean afectados en un futuro por la globalización digital.

- Que los diarios estudiados tengan gente especializada para el soporte digital, ya que en Internet la manera de emitir información es diferente, pues cuenta con diversos formatos para dar a conocer la misma.

- Que los diarios de la ciudad de Loja, no se centren únicamente en temas de una sola índole, sino que trate de ofrecer a sus lectores diferentes temas de interés general y que de esta manera puedan tener a su alcance toda la información que deseen.

- Que los diarios le den mayor importancia al reportaje, que es un género periodístico en el que pueden realizar un trabajo investigativo, minucioso, el cual puede ir acompañado de imágenes, entrevistas, documentos, con el único propósito de informar a la sociedad.

- Que complementen la información que plasman en los diarios, en sus diferentes páginas web, tanto en su soporte digital como en las diferentes redes sociales en la que los medios impresos se encuentren y así adaptarse a este proceso tecnológico.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

TÍTULO

Taller de capacitación en el mundo digital a los periodistas de Diario La Hora de la ciudad de Loja

AUTORA:

Mariana del Cisne Tenicela Bustán

LOJA-ECUADOR

2017

1. TEMA:

Taller de capacitación en la plataforma digital a los periodistas de Diario La Hora de la ciudad de Loja

2. ANTECEDENTES:

Mediante un estudio, que involucró a lectores de diarios, así como a usuarios de internet, y a editores del Diario Centinela y La Hora de la ciudad de Loja, se determinó como resultados que debido a la globalización digital existe la falta de lectores de los diarios de Loja, este se debe a que es un medio que no puede ofrecer inmediatez, pero para los diarios este avance tecnológico presenta un oportunidad para complementar la información que plasman en el periódico, y por lo tanto esta era digital afecta de manera positiva tanto a la ciudadanía, ya que pueden obtener información de toda índole y de manera inmediata, así como a los diarios. Por lo tanto es importante tener en cuenta lo siguiente:

Esta globalización digital nace de la necesidad de las personas por comunicarse, no solo con alguien que está a su lado, sino con personas que se encuentran a larga distancia, y de la misma forma informarse sobre los hechos que ocurren tanto a nivel local, nacional, e internacional.

Diario Centinela y La Hora-Loja, desde su circulación, siempre han tenido el deber de informar a la ciudadanía, con hechos verídicos y de interés, para que de esta forma los lectores se sientan atraídos por comprar los mismos. Pero debido a que nos encontramos viviendo en una sociedad en la que la tecnología está más presente, las personas muchas de las veces prefieren obtener información a través de Internet, porque mediante este medio pueden obtener toda la información que ellos desean, de forma gratuita e inmediata; pero este avance tecnológico no afecta de manera negativa a los diarios, por lo tanto no se encuentran en peligro de desaparecer,

porque para que los diarios se vean afectados de manera negativa, todas las personas deberían tener acceso a Internet, por lo tanto lo que los diarios hacen es complementarse con la web y de esta manera mantener informado a la sociedad de todo lo que ocurre.

En vista de esta problemática, la investigación realizada ayudó a conocer la manera cómo la globalización digital afecta a los medios impresos de la ciudad de Loja, la misma que afecta de manera positiva, pues no solo puede representar algo negativo, por lo tanto los diarios siempre han tratado de dar a conocer hechos de interés para la ciudadanía, y sobre todo información verídica, por lo cual se cree conveniente que se lleve a cabo un taller de capacitación para los profesionales de los medios impresos de la ciudad de Loja, Diario Centinela y La Hora-Loja, para que sepan de los beneficios que les ofrece Internet, que puedan emitir su información a través de plataformas digitales y de esta manera la sociedad se sienta satisfecha con la información a la que pueden acceder. Dichos resultados se convirtieron en la base para la construcción de la propuesta de la cual se define las siguientes metas.

1. Que los directivos de los medios impresos lleven a cabo un taller sobre el mundo digital, para que capaciten a los profesionales de los mismos acerca de una verdadera utilización de plataformas digitales y en lo que los beneficia.
2. Que los comunicadores de los medios impresos, tengan presente la manera en la que deben subir información en la web y los beneficios que le ofrece la misma

3. JUSTIFICACIÓN

Debido a que en la actualidad los medios impresos de la ciudad de Loja, no se están viendo afectados de manera negativa, el presente trabajo está orientado a los directivos de los medios impresos de la ciudad de Loja, para que den un taller de capacitación sobre el soporte digital a los profesionales que se encuentran trabajando para los medios y de esta manera sepan los beneficios que les ofrece Internet para dar a conocer hechos importantes en la sociedad y así las personas se sientan atraídos por buscar información en sus páginas digitales.

Ante ello se cree conveniente llevar a cabo un taller de capacitación a los comunicadores de los medios impresos acerca del medio digital, la manera en la que pueden y deben subir información a Internet y así puedan dar un correcto uso a la plataforma digital, en la que se pueden ayudar para dar a conocer hechos de manera inmediata que es lo que la sociedad busca a través de este medio, esto se debe a que los medios impresos también se han visto en la necesidad de usar este medio para dar a conocer hechos de manera inmediata y de actualidad, debido a que los diarios no pueden ofrecer noticias de manera inmediata.

Por lo tanto la presente propuesta se justifica en vista de que servirá a los medios impresos de la ciudad de Loja, para que con este taller tengan un conocimiento más amplio de la manera en la que pueden apoyarse de esta plataforma digital, para que se complemente con el medio impreso y puedan emitir información a la sociedad de manera inmediata, que es lo que buscan en la actualidad.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

- Capacitación con profesionales de periodismo digital, dirigida a los comunicadores de los medios impresos de la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Con este taller se busca capacitar a los comunicadores de los medios impresos de la ciudad de Loja en el medio digital, para que tengan un conocimiento más amplio sobre las herramientas de este medio.

- Que tengan presente que con Internet, el medio impreso se puede complementar para dar a la ciudadanía un mejor conocimiento sobre hechos de actualidad, que es lo que siempre buscan en una nota periodística.

5. FACTIBILIDAD

La elaboración de la presente propuesta se basa en el resultado del informe final que fue fruto de la investigación que se desarrolló, en base a la problemática planteada. Por tal motivo la elaboración de la propuesta es viable por los siguientes puntos:

- Fortalecimiento de los medios impresos al tener un taller de capacitación para que puedan dar un verdadero uso a la plataforma digital y de esta manera se puedan

complementar para brindar a la sociedad una oportunidad para obtener inmediatez al momento de obtener información.

- Si bien los medios impresos no pueden ofrecer inmediatez en sus notas, puede ofrecer a sus lectores información verídica, que es lo que a las personas les interesa obtener y por lo cual leen los diarios. Y también puede complementarse con Internet para ofrecer a sus lectores una manera más rápida de obtener información.

6. DISEÑO DE LA PROPUESTA

Taller

Se define como taller el medio que posibilita el proceso de formación profesional. Como programa es una formulación racional de actividades específicas, graduadas y sistemáticas, para cumplir los objetivos de ese proceso de formación del cual es su columna vertebral.

El taller está concebido como un equipo de trabajo, formado generalmente por un facilitador o coordinador y un grupo de personas en el cual cada uno de los integrantes hace su aporte específico. El coordinador o facilitador dirige a las personas, pero al mismo tiempo adquiere junto a ellos experiencia de las realidades concretas en las cuales se desarrollan los talleres, y su tarea en terreno va más allá de la labor académica en función de las personas, debiendo prestar su aporte profesional en las tareas específicas que se desarrollan.

Capacitación

Refiere a la disposición y aptitud que alguien observará en orden a la consecución de un objetivo determinado.

Básicamente la capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

La capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados.

EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

Taller de capacitación en la plataforma digital a los periodistas de Diario La Hora de la ciudad de Loja

1. INTRODUCCIÓN

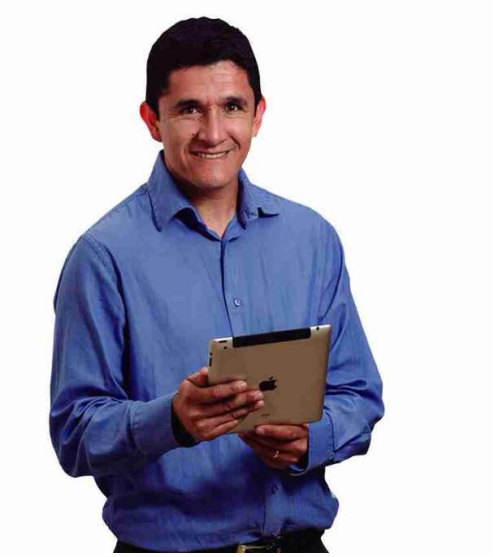
Tomando en cuenta que Diario Centinela dejó de circular, el taller de capacitación está dirigida a los directivos de Diario La Hora-Loja, para que lleven a cabo un taller que capacite a los profesionales que trabajan en este medio, pue les va ayudar de manera positiva debido a que van a tener un conocimiento más amplio de la forma como se puede utilizar la plataforma digital.

Para los periodistas de este medio impreso sería conveniente que tengan un conocimiento amplio en lo que respecta de las distintas herramientas digitales que ofrece Internet al momento de subir información a la web.

Esto se debe que los medios impresos se han visto en la necesidad de trasladar su información a la plataforma digital y de esta manera complementarse con este medio, por lo tanto deberían estar al tanto de los diferentes formatos con los que cuenta Internet para poder emitir su información de manera más rápida.

El taller tendría presente como expositor al periodista Christian Espinosa, Director de Cobertura Digital que lleva 15 años dedicado a la capacitación especializada en comunicación Online.

2. EXPOSITOR



Christian Espinosa. Periodista. Director de Cobertura Digital, lleva 15 años dedicado a la capacitación especializada en comunicación Online

Catedrático de varios másters internacionales de periodismo digital (Venezuela 2010, Chile 2011, Panamá 2013, Colombia 2015).

Ha sido profesor de periodismo móvil invitado de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), CIESPAL, CAN, ALER, Knight Fundation, Univeridad de Oaxaxa (Méx), U. de Rosario (Arg).

Formador de Community Managers ministerios, banca políticos, especializado en reputación online y Manejo de Crisis 2.0. Ganador del premio Nuevas Tecnologías 2005 por el 1er blog considerado por su trabajo de actualización en periodismo digital (varias veces nominado luego entre las bitácoras regionales más influyentes en el tema).

– La trayectoria previa en medios tradicionales (varios años en la prensa, corresponsal de medios internacionales y columnista especializado en tecnología para radio y TV).

– La incursión en el mundo digital como Director de Contenidos online de varios sitios web que llegaron a ser los más visitados del país (interactive y estaentodo.com) durante la era de los portales (año 2000).

– Consultor a cargo del rediseño de varios medios online y capacitación a periodistas en Internet con el 1er emprendimiento de cursos especializados en comunicación online iniciado el mismo año 2.000.

– Lleva amplia Experiencia Internacional como conferencista invitado en cursos de Gestión de Redes Sociales dictados en México, Guatemala, Perú, Argentina, Paraguay.

Taller de capacitación en la plataforma digital a los periodistas de Diario La Hora de la ciudad de Loja

Propósito: Fortalecer, dar pautas para que los comunicadores de Diario La Hora de la ciudad de Loja puedan informar de mejor manera, dentro de lo que es el mundo digital.

Dirigido a: Los comunicadores de Diario La Hora de la ciudad de Loja, para que tengan un conocimiento más amplio sobre la plataforma digital.

ELEMENTOS DE UNA PÁGINA WEB

La presentación de la información en una página web se hace a través de gráficos, videos o formato de texto gracias a la utilización de un lenguaje de programación llamado **HTML** (Lenguaje de Marcas de HiperTexto). Hay dos tipos de documentos que contienen información específica de un tema determinado: el documento en formato papel y el documento en formato electrónico.

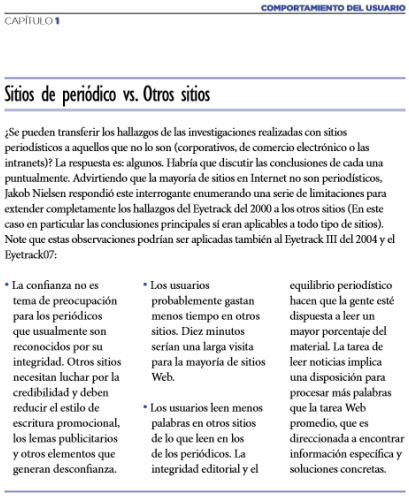
Un documento en formato papel, como por ejemplo un periódico, nos muestra en cada una de sus páginas una determinada información. En estas páginas podemos ver un texto explicativo de una determinada noticia, unas imágenes referentes a la noticia y también una estipulada publicidad. El conjunto de esas noticias forman las páginas del periódico, y el conjunto de esas páginas forman el periódico en sí. Como todos sabemos, para movernos por las distintas noticias del periódico hay que ir pasando de una página a otra y la información que contienen es una información estática, ya que se compone de texto plano acompañado, como hemos dicho antes, algunas imágenes y publicidad. La forma de adquirir este tipo de documento en formato papel es acercarnos a un quiosco y comprar un ejemplar.

El mismo ejemplo que tenemos en el documento en formato papel, lo tenemos en el documento en formato electrónico. Un documento electrónico contiene información específica de un tema en particular, sólo que éste no está almacenado en un formato papel, sino en un ordenador que se encuentra conectado a Internet de tal forma que este documento puede ser consultado por cualquier persona que se conecte a Internet y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo. Este documento en formato electrónico puede contener texto, imágenes, publicidad, video y sonido. El conjunto de esos documentos electrónicos forman una página web. Las páginas web pueden ser estáticas, como en el ejemplo del periódico, o dinámicas. Una página es dinámica cuando realiza algún efecto especial, implementa alguna interactividad con el usuario o actualiza información del contenido presentando automáticamente en tiempo real.

No sólo las páginas que se encuentran dentro de una web son documentos de formato electrócico, sino como hemos dicho anteriormente, cualquier documento que contenga una determinada información y haya sido creado por una herramienta informática; como por ejemplo un documento de Microsoft Word, un documento en formato PDF…

Una página web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes, permitiéndose ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acciones que nos pueden conducir a otra sección dentro del

documento, abrir otra página web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro sitio web totalmente distinto a través de sus hipervínculos o hiperenlaces.



COMPORTAMIENTO DEL USUARIO

CAPÍTULO 1

Sitios de periódico vs. Otros sitios

¿Se pueden transferir los hallazgos de las investigaciones realizadas con sitios periodísticos a aquellos que no lo son (corporativos, de comercio electrónico o las intranets)? La respuesta es: algunos. Habría que discutir las conclusiones de cada una puntualmente. Advirtiendo que la mayoría de sitios en Internet no son periodísticos, Jakob Nielsen respondió este interrogante enumerando una serie de limitaciones para extender completamente los hallazgos del Eyetrack del 2000 a los otros sitios (En este caso en particular las conclusiones principales sí eran aplicables a todo tipo de sitios). Note que estas observaciones podrían ser aplicadas también al Eyetrack III del 2004 y el Eyetrack07:

- La confianza no es tema de preocupación para los periódicos que usualmente son reconocidos por su integridad. Otros sitios necesitan luchar por la credibilidad y deben reducir el estilo de escritura promocional, los lemas publicitarios y otros elementos que generan desconfianza.
- Los usuarios probablemente gastan menos tiempo en otros sitios. Diez minutos serían una larga visita para la mayoría de sitios Web.
- Los usuarios leen menos palabras en otros sitios de lo que leen en los de los periódicos. La integridad editorial y el equilibrio periodístico hacen que la gente esté dispuesta a leer un mayor porcentaje del material. La tarea de leer noticias implica una disposición para procesar más palabras que la tarea Web promedio, que es direccionada a encontrar información específica y soluciones concretas.

ANÁLISIS DEL PORTAL WEB DEL DIARIO LA HORA-LOJA

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

Secciones que mantiene el diario: Inicio, deportes, opinión, revistas, noticias Loja, servicios, sociedad y especiales.

En este caso diario La Hora-Loja mantiene ocho secciones pero algunas secciones divididas en un promedio de dos a tres.

Mantiene la opción de enviar sus sugerencias y recomendaciones al diario por medio de las redes sociales como Facebook y Twitter.

INFORMACIÓN DIFUNDIDA EN LA VERSIÓN DIGITAL DEL DIARIO LA HORA-LOJA

El diario cuenta con la fotografía acorde al tema y con pie de foto complementario de la fotografía. 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 conveniente informarse a través de esta página.

La página web no cuenta con medios propios del medio digital como: audios, videos, vínculos, hipertexto o enlaces.

El taller pretende abordar las siguientes temáticas:

El diseño web va evolucionando cada día mucho más rápido, lo que hoy conocemos, mañana ya no funcionará igual, es por eso que tenemos que estar actualizándonos día con día.

Los puntos que se deben de tomar en cuenta al crear una página web son diversos, pero se ha retomado algunos que les servirán mucho al querer adentrarse en el mundo web.

1.- Funcionalidad.

En una página web se pueden realizar muchos efectos y animaciones que llamarán la atención de los usuarios sin duda, pero debemos de tener en cuenta que la primera cosa que debe de tener una página es que sea funcional, que al entrar se pueda entender el contenido y que el usuario encuentre lo que busca rápidamente porque si no es así, se irán del sitio.

Después de que sea funcional la información vendrá la etapa del diseño que sin duda alguna es una parte indispensable para que la comunicación sea aún más inmediata.

Como primer ejemplo podemos ver a Craigslist (la bolsa de trabajo más popular del mundo), quien tiene un buen manejo de su información pero le falta diseño.

2.- No utilizar Flash.

Con el nacimiento de HTML5 el uso de Flash se ha dejado de lado, esto porque ahora muchos buscadores ya no leen el lenguaje que se utiliza en Flash a menos de que utilicen lenguajes alternos como Java.

Se pueden crear los mismos resultados en HTML5 sin tener que utilizar un código complejo como lo es AS3.

Las animaciones y efectos de las mismas pueden interferir en la funcionalidad de la página, logrando que el cliente se aburra y se vaya.

En la mayoría de los casos el cliente tendría que actualizar la versión de flash que utiliza para poder ver el contenido, lo cual le quitaría tiempo, haría que se desesperara y se retirara.

3.- Utilizar retículas.

Se debería de considerar necesario el uso de retículas para poder facilitar el diseño y orden de la información.

Se debe de tener una jerarquización de la información para tener una comunicación más viable y coherente además de inmediata. En la actualidad existen muchos apoyos virtuales o impresos a donde puedes recurrir para empaparte del uso correcto de las retículas, de igual forma siempre ayuda mucho tener conocimientos de diseño web.

4.- Siempre se debe bocetar antes de trabajar en el ordenador.

Bocetar en todo lo que se realiza debe de quedar como una regla de base, con un boceto, tendrás la línea base que tienes que seguir y te ayudará a no perder el tiempo.

5.- Las tablas son solo para tabular datos.

La mayoría compartimos la experiencia de haber aprendido web con tablas y el uso de flash, pero cabe señalar que esto, con el paso del tiempo se vuelve un verdadero dolor de cabeza, por lo cual es mejor dejar las tablas simplemente para tabular datos.

6.- Actualizarse.

Esto aplica para todo lo que hacemos, ya que el mundo va cambiando día a día y debemos de estar actualizados.

Las actualizaciones llegan a ser de cada semana, por lo tanto debemos de estar al tanto con todo lo nuevo que salga al mercado, tutoriales, herramientas, paquetes de código, etc.

Siempre ayuda la gran cantidad de sitios que existen donde te pueden brindar las actualizaciones diariamente.

7.- Conocer los diferentes códigos.

Muchas veces los diseñadores nos limitamos en nuestros conocimientos acerca de los códigos, pero siempre ayuda tener una visión más amplia de todo esto, no debemos de quedarnos

simplemente con HTML5 y CSS3, hay un mundo más extenso allá afuera que tenemos que conocer.

8.-Dar a conocer al cliente cuando se utilicen plantillas.

Utilizar plantillas siempre ayuda en cuestión de tiempo y algunas veces es más simple, pero en dado caso de utilizar una plantilla por cuestión de ética profesional siempre hay que hacérselo saber.

Siempre parece fácil lograr un poco de dinero extra con esta cuestión pero ten en cuenta que tu ética profesional se pone en juego y podría ser que el cliente algún día se dé cuenta y puedas entrar hasta en asuntos legales.

9.-No abusar de los efectos.

En algunas ocasiones las personas suelen abusar de los efectos por la creencia de que esto hace más llamativa su página, pero no se dan cuenta que solamente logran que se sature con tantas cosas y desvían la función principal de la misma, el diseño siempre debe de ir de acuerdo al contexto y lo que se quiere comunicar, todo debe de estar justificado.

10.-Darle mantenimiento al sitio.

Todo evoluciona, es por eso que tu página siempre debe estar actualizada en fechas, eventos, oferta, etc., obviamente todo esto va a depender de la empresa con la que estés trabajando, porque hay algunas que requieren de mantenimiento semanalmente y otras cada mes o año.

De acuerdo al caso se puede considerar tener un CMS (Content Management System), esto facilitará mucho las cosas y no tendrá que depender de alguna agencia.

Materiales que serán utilizadas por el expositor para dictar el taller:

a) Video en vivo sobre la plataforma digital

b) Contenido 360º

c) Herramientas de métricas

d) Manejo responsable de fuentes

e) Aplicaciones de productividad para el periodista

f) Estrategias con caso de éxito

7. RECURSOS Y FINANCIAMIENTO

CANTIDAD	DETALLE	V.UNITARIO	V.TOTAL
6 horas/2 días	Taller con periodista Christian Espinosa como expositor	100	1.200,00
2 pasajes	Transporte	24,00	48,00
2 días/1 noche	Hospedaje	55,00	110,00
TOTAL.			**1.358,00**

Realizado por: Mariana del Cisne Tenicela Bustán.

El financiamiento será cubierto por los directivos de Diario La Hora de la ciudad de Loja, en caso que el departamento de comunicación institucional aprobara la ejecución de la propuesta.

j. BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, L. E. (2015). Universidad Austral . Obtenido de Universidad Austral : http://www.austral.edu.ar/posgrados-comunicacion/cuerpo-academico/dr-luciano-elizalde-acevedo/

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

Almiron & Jarque . (2008). El Mito Gigital. Barcelona: Anthropos.

Andrade, J. A. (2012). Globalización, ideología y cultura digital. Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento, 40-41.

Anónimo. (16 de 03 de 2011). Era digital. Obtenido de Era digital: http://eradigitaluces.blogspot.com/2011/11/periodismo-digital-vs-periodismo.html

Anónimo. (24 de 08 de 2014). Icarito. Obtenido de Icarito: http://www.icarito.cl/2009/12/71-4329-9-los-medios-de-comunicacion-impresos.shtml/

Anónimo. (s.d de s.m de s.a). bolunta.org. Recuperado el 9 de octubre de 2015, de bolunta.org: http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp

Araujo, M. M. (2001). La comunicación es servicio: manual de comunicación para organizaciones sociales. Granica S.A.

Ardura, I. R. (2011). Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing. España : UOC.

Arencibia, M. G. (2015). GLOBALIZACIÓN CULTURAL EN LA ERA DIGITAL: RETOS SOCIO-ECONÓMICOS, POLÍTICOS E IDEOLÓGICOS. Argentina: El Cid Editor.

Aroche, S. F. (26 de 10 de 26/10/2009). Maestros del Web. Obtenido de Maestros del Web: http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/

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

Balmer, J. &. (2003). Revelar la corporación. Perspectivas sobre la identidad, imagen,. Londres: Routledge.

Baquero, R. G. (12 de Enero de 2012). Periodismo Digital. Obtenido de Periodismo Digital: http://periodismodigitalquito.blogspot.com/2012/01/periodismo-ciudadano.html

Bermúdez, A. U. (22 de novienbre de 2012). Estrategia de Comunicación y Relaciones Públicas. Recuperado el 18 de julio de 2015, de Elnuevo diario.com.ni: http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/270024-estrategia-comunicacion-relaciones-publicas/

Bisbal, G. H. (2007). Seis antenas para pensar la televisión. Universidad Catolica Andres.

Bodemer, K. (16 de 07 de 2008). Nueva Sociedad. Obtenido de Nueva Sociedad: Recuperado de: http://nuso.org/media/articles/downloads/2697_1.pdf

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

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

Buenos Negocios. (1 de Julio de 2013). Buenos Negocios. Obtenido de Buenos Negocios: http://www.buenosnegocios.com/notas/437-las-5-ies-la-comunicacion

Bustos & Río . (2009). Sobre pago y gratuidad. Momentos de crisis en la industria periodística. Telos, 1.

Cambra, U. C. (2012). Planificación estratégica y creatividad. Madrid : ESIC .

Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. España : Iillustrated.

Cavaller, V. S. (2014). Estrategias y gestión de la comunicación online y offline. España: Editorial UOC.

Centro Alemán de Información . (09 de 08 de 2013). Bienvenidos al Centro Alemán de Información para Latinoamérica y España. Obtenido de Bienvenidos al Centro Alemán de Información para Latinoamérica y España: http://www.alemaniaparati.diplo.de/Vertretung/mexiko-dz/es/05-Sociedad/DeQueHablanLosAlemanes/Zeitungen.html

Chaves, N. (2006). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. Gustavo Gili.

(s.f.). Código de Ética Profesional del Periodista.

Cohen, D. a. (2010). Lenguajes de la radio. Argentina: Brujas.

Collado, C. F. (2005). La Comunicación Organizacional . Trillas.

Collado, R. F. (1995). Hemerotecas: aportaciones al estudio y tratamiento de publicaciones periódicas. Murcia : Regional de Murcia.

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). Digitalizacion y Ecologia de Medios, Comunicacion Cultura y Sociedad. Venezuela: Universidad de los Andes.

COOTAD. (2010). GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS. Ecuador.

Costales, J. R. (2012). Mapa de Medios Digitales del Ecuador . Ecuador.

Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. Informe, 3-4.

Crónica las noticias al Día . (18 de Julio de 2015). Obtenido de Crónica las noticias al Día : http://www.cronica.com.ec/nosotros

Daniel, B. C. (2005). Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing (1a. ed.). España: McGraw-Hill España.

Dean, N. (16 de junio de 2011). Enseñar y Aprender con Radio . Obtenido de Enseñar y Aprender con Radio : https://sites.google.com/site/esc43laradioenlaescuela/-para-que-sirve-la-radio/funcionesdelaradio

Delgado, D. F. (15 de 04 de 2013). Un vistazo a nuestro país y el mundo. Obtenido de Un vistazo a nuestro país y el mundo: https://jaframadel.wordpress.com/2013/04/15/primer-medio-tradicional-que-tuvo-pagina-digital-en-el-ecuador/

Diana, R. (2009). Evolución del Ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja. Razón y Palabra, 2-3.

Díaz & Salaverría . (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. España: Ariel.

Diccionario Filosófico . (1980). Lima-Perú: Humbolt.

Echeverría, G. (2009). Evolución de los medios de comunicación. Argentina: El Cid.

Ejemplode.com, R. (20016). www.ejemplode.com. Obtenido de www.ejemplode.com: http://www.ejemplode.com/58-administracion/2993-ejemplo_de_modelo_de_ayuda_memoria.html

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/

Enrique, A. M. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. Barcelona : illustrated.

Enrique, A. M. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. En A. M. Enrique, La planificación de la comunicación empresarial (pág. 109). España : illustrated.

Enríquez, C. S. (2001). Introducción a la comunicación institucional. illustrated.

Enríquez, C. S. (2001). Introducción a la comunicación institucional. España: Ariel .

Espinosa, C. (12 de 09 de 2005). Cobertura Digital . Obtenido de Cobertura Digital : http://www.coberturadigital.com/2005/09/12/3er-rediseno-de-el-comerciocom/

Espiritusanto, Ó. (2011). Periodismo Ciudadano . Madrid (España): Ariel, S.A.

Ética Segura. (s.f.). Obtenido de Ética Segura: http://eticasegura.fnpi.org/2013/11/25/el-periodismo-etico-se-resumen-en-5-principios-ejn/

Ezequiel, D. G. (2012). Manual de relaciones públicas e institucionales: estrategias de comunicación y tácticas relacionales. Argentina: Ugerman Editor.

Ezequiel., D. G. (2010). Ceremonial empresarial: el ceremonial de relaciones públicas. Argentina: Ugerman Editor.

Fortanez, D. (2 de mayo de 2005). Gestiopolis. Obtenido de Gestiopolis: http://www.gestiopolis.com/la-seleccion-del-medio-en-la-estrategia-publicitaria/

Franco, G. (2009). El Impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe. Texas Austin: Centro Knight y Open Society Institute.

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

Freijeiro, S. D. (2010). Técnicas de Comunicación. Ideaspropias.

Freitas, L. D. (16 de 02 de 2015). Factum . Obtenido de Factum : http://w2.ucab.edu.ve/3525.html

González, M. Á. (17 de 11 de 2000). http://pendientedemigracion.ucm.es/. Obtenido de http://pendientedemigracion.ucm.es/: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm

Gregorio, P. H. (2012). Estrategia de comunicación institucional en la casa de cultura Habarimao de Cumanayagua, Cienfuegos. España.: B - EUMED.

Grisanti, L. X. (12 de 09 de 2014). La revlución tecnológica . El Universal, pág. 9.

Guarderas, S. (25 de Noviembre de 2009). En U. d. Palermo. Buenos Aires, Argentina: Imprenta Kurz. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=138&id_articulo=4630

Guarderas, S. (2009). En M. Bravo. Buenos Aires, Argentina: Imprenta Kurz.

Guillermo. (07 de 05 de 2015). Respuestas . Obtenido de Respuestas : http://microrespuestas.com/quien-fundo-el-primer-periodico-del-mundo/

Gutiérrez, F. (14 de 05 de 2009). Tecnología y Sociedad . Obtenido de Tecnología y Sociedad : http://www.fergut.com/wordpress/tecnologias-de-la-comunicacion-y-sociedad/testing/

Hax, A. C. (1996). Gestión de empresa con una visión estratégica. Dolmen,.

Helena. (22 de 04 de 2013). Helena . Obtenido de Helena : https://asideintenso.wordpress.com/2013/04/22/cual-fue-el-primer-diario-digital-en-ecuador-y-cual-fue-el-contexto-historico-en-su-aparicion/

Herrera, T. P. (2014). Nuevas tendencias en comunicación estratégica. ESIC.

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

Historia. (24 de 07 de 2011). Obtenido de Historia: http://webdehistoria.blogspot.com/2009/11/impacto-de-los-medios-de-comunicacion.html

internetmas. (25 de julio de 2002). Black Box Ecuador . Obtenido de Black Box Ecuador : http://blackbox.ec/2012/07/25/marketing-btl-estrategias-alternativas/

Jaime Rivera Camino, R. A. (2000). Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing. ESIC .

Jiménez, N. D. (10 de 10 de 2003). monografias.com. Obtenido de monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml

José María Ferré Trenzano, J. F. (1996). Políticas y estrategias de comunicación y publicidad: cómo gestionar la comunicación global de la empresa y diseñar una campaña de publicidad. Ediciones Díaz de Santos.

José María Ferré Trenzano, J. F. (1996). Políticas y estrategias de comunicación y publicidad: cómo gestionar la comunicación global de la empresa y diseñar una campaña de publicidad. Ediciones Díaz de Santos.

Juárez, M. A. (15 de 07 de 2010). Mundo Ciencia. Obtenido de Mundo Ciencia: http://mundociencia.bligoo.com.mx/influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-0#.V1cinNnhDIV

Juárez, M. A. (s.f.). Mundo Ciencia. Obtenido de Mundo Ciencia .

kuklinski, C. C. (septiembre de 2007). Planeta web 2.0 . Obtenido de Planeta web 2.0 : www.planetaweb2.net

Loja, G. A. (s.f.). Alcaldía de Loja. Obtenido de Alcaldía de Loja: http://www.loja.gob.ec/

Manelli, C. F. (2008). Relaciones estratégicas comunicación internacional. illustrated.

Manuel, M. (10 de 12 de 2013). HURV@NO & PRODUCTIONS. Obtenido de SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES DEL ECUADOR: https://hurvano.wordpress.com/2013/12/18/situacion-actual-de-los-medios-impresos-y-digitales-del-ecuador/

Manuel, M. (10 de 12 de 2013). Hurvano . Obtenido de Hurvano : https://hurvano.wordpress.com/2013/12/18/situacion-actual-de-los-medios-impresos-y-digitales-del-ecuador/

Marketing Publishing. (2007). Comunicación eficaz con la clientela. España: Ediciones Díaz de Santos.

Marketing Publishing Center. (1991). El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones. Ediciones Díaz de Santos.

Martínez, I. J. (2005). La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y on-line. En I. J. Martínez, La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y on-line (pág. 238 pages). ESIC.

Mayorga, D. (02 de 04 de 2014). Horizontal. Obtenido de Horizontal: http://revistahorizontal.com/periodismo-digital-vs-periodismo-tradicional/

Monjibar, F. J. (09 de 02 de 2015). CreaTECH540°. Obtenido de CreaTECH540°: http://www.createch540.com/de-que-lado-estas/vivimos-una-lenta-agonia-del-medio-impreso/

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

Navarro, L. (2002). El Periodismo on-line en México. Razón y Palabra, 9.

Nosnik, M. y. (1988). Comunicación Organizacional. México : Gato Pardo/CONACYT.

Otero, C. C. (2014). Estrategias de comunicación Multimedia. En C. C. Otero, Estrategias de comunicación Multimedia (pág. 208). UOC.

Padilla, J. (24 de Agosto de 2015). (M. Tenicela, Entrevistador)

Padilla, J. (24 de agosto de 2015). desarrollo del periodismo en Loja. (M. Tenicela, Entrevistador)

Pearson Educación. (2005). Comunicación Oral. Pearson Educación.

Pérez & Gardey. (2009). Definición.DE. Obtenido de Definición.DE: http://definicion.de/etica-profesional/#ixzz4EEtcSLJJ

Ponce, A. R. (1992). Administración moderna. Limusa.

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.

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.

Punín, Rivera & Marín . (2014). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 3.

R., D. (2001). Los fundamentos de la comunicación corporativa. Reino Unido: Butterworth-Heinemann.

Rafael López Lita, F. F. (2006). La comunicación corporativa en el ámbito local. España: Universitat Jaume L.

Ramonet, I. (6 de 05 de 2006). Sala de Prensa. Obtenido de Sala de Prensa: http://www.saladeprensa.org/art664.htm

Ricardo, J. (18 de 06 de 18/06/2007). pricardo.blogspot.com. Obtenido de pricardo.blogspot.com: http://pricardo.blogspot.com/2007/06/globalizacin-digital-e-internet.html

Ricardo, J. (18 de 06 de 18/06/2007). pricardo.blogspot.com. Obtenido de pricardo.blogspot.com: http://pricardo.blogspot.com/2007/06/globalizacin-digital-e-internet.html

Rivera, D. (2009). EVOLUCIÓN DEL CIBERPERIODISMO EN ECUADOR A TRAVÉS DE LOS PERIÓDICOS DE LOJ. RAZÓN Y PALABRA , 2.

Romero. (2011). La historia del Periodismo en el Universo Digital. Madrid: Universidad de Sevilla.

Romero, J. M. (2007). Reinventar la actualidad: los Medios digitales y la transformación de las audiencias. Espéculo. Revista de estudios literarios, 6.

Sánchez, J. (24 de Agosto de 2015). (M. Tenicela, Entrevistador)

Saraís, D. (2014). Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional. Cuba: Editorial Universitaria.

Sasso, R. (27 de Octubre de 2008). Globalización Digital. Obtenido de nacion.com: http://www.nacion.com/In ee/2008/octubre/27/opinion1751684.html

Sayago, L. (2009). Investigación en comunicación organizacional. Argentina: El Cid Editor.

Scheinsohn, D. (2011). Poder y la acción a través de Comunicación Estratégica, El: Cómo mover los hilos para que las cosas sucedan. En D. Scheinsohn, Poder y la acción a través de Comunicación Estratégica, El: Cómo mover los hilos para que las cosas sucedan. (pág. 384). Granica.

Significados. (11 de 04 de 2015). Obtenido de Significados : http://www.significados.com/globalizacion/

Significados. (Miércoles de 04 de 2015). Obtenido de Significados: http://www.significados.com/globalizacion/

Slideshare. (8 de mayo de 2008). slideshare. Recuperado el 5 de mayo de 2015, de slideshare: http://es.slideshare.net/robertrin/plan-de-medios-395675

SlideShares. (12 de Diciembre de 2012). SlideShares. Obtenido de SlideShares: http://es.slideshare.net/digeba/material-de-lectura-comunicacion-institucional

Talaya, Á. E. (2008). Principios de marketing. ESIC.

Tovar & Olivares . (24 de 03 de 2009). Comunicología. Obtenido de Impacto de la globalización en la comunicación: http://comunico-logia.blogspot.com/2009/03/impacto-de-la-globalizacion-en-la.html

Trelles, I. (2004).

Universidad Juan Agustín Maza. (s.f.). Universidad Maza. Obtenido de Universidad Maza: http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional

Vacas, A. A. (2012). El portavoz en la comunicación de las organizaciones : fundamentos teórico-prácticos. España: Universidad de Alicante.

Valdés, D. P. (27 de 0ctubre de 2007). Maestros del web. Obtenido de Maestros del web: http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/

Zalduendo, R. L. (2014). II Conferencia Internacional sobre género y comunicación. (pág. 1071). Sevilla, España: Editorial Dykinson.

Zanoni, L. (2008). El Imperio Digital. Buenos Aires: Ediciones B Argentina.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARREA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015

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

Autora:

Mariana del Cisne Tenicela Bustán

Directora:

Dra. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar. Mg. Sc.

Loja-Ecuador

2015

a. TEMA

LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015

b. PROBLEMÁTICA

La globalización digital es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global; dejando en esta forma que la comunicación impresa se convierta en un medio del pasado que fue importante para el desarrollo social de las personas.

La globalización es el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos (revolución tecnológica) y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial. En este sentido, las innovaciones en las áreas de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente con el internet, jugaron un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado, es una ventaja para todos, debido a que se habla de un quinto poder, en el cual todos pueden formar parte de ella.

Los Medios Tradicionales de cara a la Red.

En Internet las empresas de prensa, radio y televisión, apenas comienzan a descubrir un nuevo espacio de acción, un área nueva que les permite adaptarse, pero que definitivamente exige una nueva forma de hacer las cosas. Como ya se ha dicho, cada uno de los medios de comunicación que el hombre ha conocido hasta ahora tiene su espacio en la Web. Ahora, bien vale la pena analizar si, en Internet, los medios de comunicación pueden permitirse ser una copia al carbón de lo que ya son en su soporte tradicional.

La denominada revolución tecnológica y de información que tiene en Internet a su mayor representación, ofrece por supuesto nuevas formas de acción y mercado para los medios de comunicación tradicionales, los cuales tienen, al menos, dos grandes oportunidades con Internet: pueden aprovechar la Red para la interacción con nuevos mercados y para expandir sus formas de comunicación con la audiencia o, ir más allá, incorporarse al "ciberespacio" con

un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red. Porque al fin y al cabo, tal como lo señala Pablos (2001) "…Internet es un medio de comunicación lo mismo que lo es un quiosco de prensa o las calles de la malla urbana que utilizamos para acceder al punto donde expenden el diario cada mañana." (p. 236) Es sencillamente la vía que se utiliza para llegar a otros medios de comunicación: El meta medio.

Para entender por qué los medios tradicionales deben responder a nuevas formas en la Red, es necesario demostrar que ciertamente se trata de un nuevo formato o soporte. En este sentido, es conveniente observar cuáles son esas características propias que hacen del meta medio un espacio distinto, en el cual los medios tradicionales deben comportarse diferente.

Las razones por las cuales se concibe a la Red como el hito que representa esta revolución y nueva etapa de la humanidad se fundamentan justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional, en relación con los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece diversas ventajas. En este sentido, Díaz (2002), afirma que "Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales…" (p. 8)

Díaz establece, por ejemplo, algunas comparaciones entre el medio impreso (El Periódico) y el medio informativo que se soporta en la Red. En este aspecto resalta que en los sitios de Internet las noticias se consignan en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en

video y grabaciones de sonido con las declaraciones de las fuentes oficiales. En la Red, todos los recursos de comunicación pueden mostrarse fácilmente integrados.

Esto hace que algunos expertos predicen que el final de la prensa escrita será en el 2020, otros en el 2043. Sin embargo, la profesora de ciencias de la comunicación de la Universidad de Málaga, Sonia Blanco, asegura: “ante la duda si los medios de comunicación van a desaparecer, pues muy dudosamente, pero si se van a tener que reconvertir, posiblemente les advierto que la prensa escrita ya no será tal y como la conocemos, porque tiene unos costos de producción y distribución muy elevados, pero eso no quita que sigan teniendo su papel y que no vaya a seguir existiendo”.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo.

Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como señal la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación.

Está dicho que los avances en los modos de comunicación del hombre están sustentados en la evolución de la tecnología. El emprendedor espíritu del ser humano se mantiene en una búsqueda constante de nuevos modos de hacer de la vida del hombre un asunto cada vez más cómodo y agradable.

La tecnología es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos.

Pero este avance en la humanidad puede presentar o traer consigo problemas para los medios impresos no solo de la ciudad de Loja, sino del todo el mundo, debido a que la gente ya no se inclinaría únicamente por informarse a través del periódico, sino que tienen la nueva opción de obtener información a través de la Internet, que está presente en la sociedad debido a la era digital en la que estamos viviendo.

Por lo tanto los medios impresos de la ciudad de Loja tendrían que estar preparados para los efectos que trae consigo la globalización digital, y por lo tanto tendrían que pensar en alguna estrategia para hacer frente a esta nueva era digital, y de esta manera no se vean expuestos a su desaparición.

La ciudad de Loja, situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador. Es la capital de la provincia y cantón homónimos. Loja tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del Ecuador. Su población es de 214 mil habitantes, la ciudad es hogar de dos universidades importantes: la Universidad Nacional de Loja, y la Universidad Técnica Particular de Loja.

Esta investigación se la realizará durante el año 2015 para saber si la globalización digital está afectando a los medios impresos de la ciudad de Loja, enfocándose principalmente en los Diarios La Hora-Loja y Centinela, los efectos que puede presentar para los mismos, ya sea la disminución de la venta de los diarios, lo que los llevaría a reducir el número de tiraje, y por lo tanto tendrían pérdidas económicas, debido a que en la actualidad, la mayoría de las personas ya no se informan mucho de lo que sucede a su alrededor mediante los diarios, sino que optan por acceder a páginas de internet, y de esta forma obtener de manera inmediata noticias o sucesos que acontecen en el mundo en tiempo real, de esta manera siendo necesario

obtener información a través de la ciudadanía lojana, para poder saber las razones del porque se está generando este problema.

La forma en la que los profesionales de la comunicación social ven esta nueva era digital, si estarían dispuestos afrontar los problemas o si optarían por dedicarse a otra rama de la comunicación; también enfocarse en la forma que este nuevo instrumento digital beneficia a la sociedad, permitiéndoles ser parte de estas nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Con esta investigación se podrá saber si la globalización digital está afectando a los medios impresos de la ciudad de Loja, talvez si esta trae consigo que los diarios de Loja disminuya sus ventas, afectándolos de manera económica y también explorar la posibilidad de su desaparición.

El problema al que se enfocará será si existe algún efecto negativo debido a la globalización digital frente a los medios impresos de la ciudad de Loja; esto se debe a que en la actualidad ya no se utiliza mucho los diarios para informarse de los hechos que ocurren tanto a nivel local, nacional, e internacional, sino que mediante las diferentes páginas web de la internet se puede acceder a todo tipo de información de manera inmediata, que es algo que los medios impresos no pueden ofrecer a sus lectores, pues la información que brinda este medio es algo que la mayoría ya tiene conocimiento, y el aspecto más positivo que la sociedad ve, es que mediante la internet se puede acceder a todo tipo de información de manera gratuita; pues por el precio que tiene el periódico impreso, prefieren utilizarlo para obtener información digital.

Los medios de comunicación social, y los profesionales de la comunicación, no pueden hacerse a un lado cuando el mundo en su conjunto se abre a experimentar un fenómeno que

con Internet a la cabeza recibe diversos nombres y que, como sea que se denomine, trae consigo una serie de cambios que parece no terminar.

Para enfocarse en este problema se piensa en las interrogantes: ¿La globalización digital lega a todos los estratos sociales? ¿La globalización digital afecta a los diarios de Loja? ¿Los medios impresos deben buscar alternativas que les permita seguir existiendo?

Ante esto el problema que se investigará será si la globalización digital está afectando a los diarios de la ciudad de Loja.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja siendo uno de los principales centros de educación superior existentes en le Región Sur del Ecuador, tiene como objetivo involucrar a los estudiantes con la sociedad a través de la investigación científica, para fomentar en ellos el espíritu de colaboración y sentido más humano de la realidad que nos rodea.

El Área de la Educación el Arte y la Comunicación en su afán de brindar a la sociedad profesionales capaces de solventar las dificultades que el mundo actual nos presenta , tiene como objetivo aplicar una educación técnica e investigativa de acuerdo a los intereses y necesidades de la sociedad.

El presente proyecto busca investigar la globalización digital y sus efectos en los medios impresos de la ciudad de Loja, periodo marzo-septiembre 2015.

Este proyecto se ve resaltado en el campo social, el por qué se enfocan en elegir la comunicación digital, y de esta manera buscar un aspecto en el que los medios impresos de Loja se puedan apoyar para poder encontrar una solución.

Al obtener esta información servirá para que las personas tengan conocimientos acerca de la era digital, cómo la pueden utilizar, de qué manera les sirve, y así puedan ser parte de este nuevo instrumento tecnológico.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar si la globalización digital afecta a los medios impresos de la ciudad de Loja.

OBETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía con respecto a la globalización digital.
- Identificar el medio de comunicación que las personas prefieren para informarse
- Diagnosticar la razón por la cual las personas optan por informarse a través de los medios impresos.
- Elaborar un taller para presentar al director de Diario La Hora-Loja para que los periodistas puedan tener conocimiento acerca de cómo se debe trabajar en la plataforma digital.

e. MARCO TEÓRICO

Marco Teórico Conceptual

1. GLOBALIZACIÓN DIGITAL

Entendemos por globalización a la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales. La globalización en lo comunicacional se revela como una tendencia hacia el establecimiento de una cultura global.

Los estudios acerca del proceso de la globalización, han sido un tema de análisis muy frecuente durante la década del 80' y, aparecen como aspecto central en la agenda de los 90' y del presente siglo XXI. Esta cuestión ha sido discutida desde diferentes enfoques marcados por consensos, pero también por profundas discrepancias en torno a la búsqueda de alternativas de desarrollo para enfrentar el fenómeno, debido a la existencia de diversas experiencias en distintas regiones y países.

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, Compulink Information Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general.

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.

2. MEDIOS IMPRESOS

Los medios impresos son una de las formas más antiguas de distribución de la información. Mantiene una de las formas más populares de publicidad debido a su capacidad de llegar a una audiencia amplia.

2.2.Tipos

Los medios impresos se encuentran en muchas formas diferentes, desde periódicos (la forma más popular) y revistas hasta hojas informativas, folletos y pósters. Otras formas de medios impresos, incluyendo la comercialización por correo directo, los volantes, prospectos, pancartas, carteleras y comunicados de prensa son menos populares, pero igualmente son utilizados por la industria profesional.

2.3.Historia

La historia de los medios impresos y la comunicación escrita sigue el avance de la civilización. A comienzos del siglo XIX, la revolución industrial trajo grandes innovaciones a la tecnología de los medios impresos. Las prensas de vapor pronto llegaron y reemplazaron a las máquinas operadas por el hombre, haciendo el mismo trabajo en una pequeña fracción de tiempo. La era digital en la tipografía comenzó a comienzos de 1970, con PostScript emergiendo gradualmente como el estándar para el tipeo digital.

Durante los años 90, la industria de la imprenta experimentó un cambio tremendo con el desarrollo de la tecnología digital. Gracias a las nuevas técnicas digitales, imprimir se volvió más rentable y las alteraciones fueron ejecutadas más fácilmente. Más allá de eso, más y más

profesionales de la industria están eligiendo las opciones en línea para cumplir con los objetivos de publicidad y comercialización, y muchas revistas y periódicos también están abandonando los medios impresos.

En unos países las estrategias de desarrollo para enfrentar el proceso de globalización generaron expectativas frustradas, en cambio otras regiones experimentaron un desarrollo exitoso mostrando la posibilidad de combinar lo nacional con lo internacional preservando un desarrollo propio. Estas han sido las causas por las cuales el proceso de globalización se tiende a identificar con múltiples significados.

Uno de los inconvenientes que ha atravesado el debate de significados de la globalización, es que en la mayoría de los estudios se ha presentado con un carácter predominante su dimensión económica, pasando a un segundo plano su aspecto cultural y social, no siendo tomados adecuadamente por quienes asumen, y ejecutan las decisiones en el plano nacional e internacional. Hecho que ha sido introducido sobre todo en los países subdesarrollados, lo cual se hace muy evidente a través de los altos niveles de desigualdades sociales existentes.

El debate más reciente en el marco planteado está relacionado con las proposiciones que se están realizando desde una la visión que considera la dimensión de la globalización digital como un nuevo medio de interacción para el desarrollo social. A lo que corresponden interrogantes tales como ¿Responde este enfoque al contexto de los países latinoamericanos? ¿Es coherente con su actual desarrollo social?

La expresión era digital se ha acuñado desde una orientación tecnológica, que prevalece sobre todo en las esferas de poder que se constituyen desde las grandes Empresas Transnacionales de la información. Ello sin embargo, no debe llevar a mutilar las grandes potencialidades sociales que acompañan los medios que conforman la era digital.

3. Brecha Digital

Esta brecha digital, en la versión más divulgada, aunque de forma despectiva, es vista como una cuestión de existencia de computadoras, cables y «conectividad», cuando esencialmente se trata de un problema mayor: el salto tecnológico dado por los países capitalistas desarrollados, y las transnacionales sustentadas en ellos es de tal magnitud, que toda perspectiva de acortar la brecha por parte de los demás países resulta prácticamente imposible bajo el actual orden económico y social internacional existente.

Algunos autores atribuyen la concentración en la industria cultural a la "convergencia digital", cuyos resultados borran las barreras antes existentes entre distintos medios (radio, televisión, prensa escrita) e incluso entre diferentes sectores (telecomunicaciones, informática y comunicación de masas), reduciendo textos, imágenes y sonido a un solo soporte digital.

Pero esta globalización ayuda para que mensajes masivos, informaciones sean recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Hoy la información sobre los hechos que ocurren en diferentes partes del mundo son generados en un lugar lejano, por personas que se encuentran presentes en un acontecimiento que es de interés para la sociedad y por lo tanto toda esta gente forma parte de esta globalización.

Para resguardar nuestra identidad social y cultural dentro de un mundo globalizado, es necesario utilizar los avances tecnológicos, de acuerdo a nuestros propios intereses.

Aunque los medios sirven para dar oído a las personas que no son escuchadas mediante programas en los que las personas pueden hablar acerca de lo que necesitan, a pesar de lo que realizan esto no ha sido un impedimento para que la tecnología forme parte de manera importante dentro de la vida de las personas, pues con el internet al alcance de las personas es un medio en el cual todos pueden formar y ser parte de un gran cambio.

Los grandes grupos monopólicos tienden a sustituir el diálogo social, uniforman, diluyen y lesionan la identidad, al no respetar las diversidades. Sin duda el principal problema que plantea la globalización se relaciona directamente con los monopolios y los oligopolios informáticos.

Por un lado la concentración mediática provoca un deterioro en las programaciones locales, en pérdidas de la difusión de la cultura y las tradiciones de cada comunidad. Por otro lado, el avance de la centralización ha puesto en riesgo numerosas fuentes de trabajo del personal de los medios de esas poblaciones.

Sin duda, las capacidades que el hombre posee hoy para comunicarse parecen ser insuperables. No obstante la humanidad sigue creciendo, evolucionando y, mientras el hombre exista, su búsqueda por vivir y comunicarse mejor no se detendrá. La evolución de la comunicación humana, con ella la del hombre y su tecnología, sigue en un proceso de crecimiento, como parte de incluir a todas las personas en este mejor futuro.

Ahora bien, la tecnología es entonces un instrumento encaminado a obtener resultados prácticos y concretos en el campo determinado en el cual se aplica. Pablos (2001) afirma que " lo que encontramos es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto. Este es el gran principio de las nuevas tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades".

Con esto podemos entender que lo que el hombre trata de alcanzar con la era digital es el mejoramiento de la humanidad y que este es un camino que se debe seguir para poder alcanzar lo que se desea.

Marco Referencial Contextual

La influencia que está teniendo Internet en los medios de comunicación como vehículo para la difusión de información es fundamental, siendo en el caso de la prensa en el que esta influencia está siendo más determinante.

> La puesta en marcha de ediciones electrónicas de los diarios con información accesible de forma gratuita supone un reto muy difícil para el mantenimiento del modelo actual de edición de prensa en papel. Esta situación y las dificultades de algunos de los diarios más representativos a nivel internacional como The New York Times, junto con el cierre de numerosos diarios locales en diferentes países han hecho que vuelva con fuerza el debate sobre el futuro de los periódicos. (Bustos, Casado)

1. Periodismo Digital

El Periodismo Digital es un tema que se discute en congresos, salas de redacción, escuelas de periodismo y representa en la actualidad un continuo debate. Todos estamos conscientes del papel que ocupa el internet como plataforma de información y comunicación. Sus herramientas y servicios cada día nos permiten descubrir nuevas formas de comunicar, educar y entretener.

Las versiones digitales ofrecían el mismo contenido que su versión impresa, sin mayores modificaciones para la versión en línea. En sus inicios los medios aún no habían encontrado el potencial de la plataforma que ofrecía el Internet, afortunadamente esto ha cambiado. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias.

> En cuanto avances científicos y tecnológicos, el mundo avanza a pasos agigantados y escuchamos afirmaciones como: que estamos en la era digital, en la época de los grandes avances tecnológicos; y que a medida que el mundo surge nos movemos en

> conceptos de cibercultura, de globalización, sociedad digital, etc. Y precisamente dentro del fenómeno de la globalización encontramos que la internet se ha convertido en elemento protagonista y de gran incidencia en la cultura moderna, marcada por esta era digital. (Ricardo, 2007)

Ante esto nos encontramos en la denominada era digital en la que las nuevas tecnologías tienen una fuerte presencia y que formas parte de la vida de las personas. La existencia de la telefonía, los ordenadores, y todo lo denominado multimedia se encuentra presente en la sociedad, teniendo la opinión de una invasión globalizada.

Todo esto nos lleva a plantearnos interrogantes: qué principios éticos fundamentan este fenómeno de la globalización digital y en general de todos los avances de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación digital, apuntando al hecho que no se llegue a despersonalizar al mismo hombre llevándolo a convertir como en una máquina más.

La era digital estaría llamada a ponderar la historia mundial, sobre todo aquellas tendencias que tienen que ver con las tecnologías e infraestructuras digitales, y eventualmente, en el mejor de los casos, con aperturas tangenciales al entorno social de los usuarios por el nivel de sociabilidad que desarrolla la RED.

En este caso, la tecnología que se aplica para facilitar y mejorar el proceso de información y comunicación humana es entonces la que se conoce como tecnología de información y comunicación.

1.2.Las TIC

Se trata también de resaltar el deslumbramiento que han provocado las Tecnologías de las Información y las Comunicaciones (TIC) y sobre todo la telefonía móvil y la Internet, las cuales se han convertido en el aspecto más relevante de la globalización.

Actualmente los docentes y autoridades educativas de nuestros países se preocupan no sólo por el contenido de los programas de enseñanza, sino también por la forma de transmitirlos. Este boom tecnológico, a pesar de sus beneficios, a veces encuentra obstáculos en su objetivo de ampliar el alcance a las TIC para los alumnos.

En Ecuador, se ha desarrollado el proyecto Internet Para Tod@s cuyo objetivo es llevar conexión y capacitación en TIC a los alumnos de zonas más deprimidas y lejanas, el cual consiste en aulas móviles, unos vehículos equipados con alta tecnología, que van circulando por el país para dar entrenamiento digital a la población.

Las TIC han abierto todo un universo de oportunidades para la consolidación de una sociedad civil más informada, democrática e interconectada, pero también han originado una nueva fractura social entre los conectados y los no conectados, aumentando las diferencias de clase ya existentes.

Se puede resaltar que con la presencia de las TIC han contribuido para que el mundo sea más global, y la sociedad se encuentre más interconectada; sin embargo este razonamiento suele nacer de la idea de que todos tienen acceso a esta nueva era digital, pero sin embargo existen sitios en los que no tienen cobertura o acceso a internet o no tienen conocimiento de cómo funciona este mundo global, dando como resultado que no todos van a formar parte de esta globalización digital, lo que llevaría a que se aumente aún más las diferencias de clase y de generación.

Por lo tanto esto los llevaría a que se separan los unos de los otros tanto en el aspecto de la comunicación como de la información, debido a que la interacción entre personas, o el intercambio de conocimientos se realizarían de forma cibernética.

2. Medios impresos frente a los digitales

La gran interrogante en el mundo de la información es hasta cuándo los medios tradicionales impresos seguirán existiendo; ¿no acaso ya han sido superados por las nuevas y eficientes redes sociales? ¿La efectividad del mensaje se logra mejor usando las nuevas tecnologías?

> Si algo es cierto es que las redes sociales llegaron para revolucionar la forma en la que nos comunicamos y que la inmediatez en el intercambio de información que ofrecen, desempeña un papel muy importante en la comunicacional digital. Las redes sociales ya son parte del *modus vivendi* del hombre contemporáneo y marcaron una diferencia entre el periodismo tradicional y el digital. Si bien con el surgimiento del Internet los medios tradicionales de comunicación perdieron fuerza, la demanda de información se hizo mayor: cerca del 88% de los internautas en México visitan sitios de información. (Briseño, 2014)

Ante esto podemos observar que con la llegada del internet, y las diferentes redes sociales y páginas que se encuentran en internet, el periodista debe adaptarse a este nuevo proceso que está viviendo la sociedad; mientras aquellos que son parte de esta nueva era digital tienen un fácil acceso y no tienen inconvenientes cuando tratan de buscar o dar a conocer información sobre algo que ellos quieren conocer o que la gente conozca.

Si bien todo periodista debe aprender a hacerse un espacio en este mundo digital, donde el contenido fluye y donde las redes sociales no son más que una herramienta para descubrir los intereses de la audiencia, resulta pertinente preguntarnos qué pasa con ellos, de qué hablan y cómo la cultura de su gremio ha evolucionado o no con la tecnología actual.

Esta globalización trae consigo un problema inminente en el periodismo tradicional, y por lo tanto representaría una gran pérdida en los medios de comunicación, particularmente en

los medios impresos, debido a que el periodismo digital se ha convertido en un medio de comunicación que ha logrado obtener que las personas se adapten a él en muy poco tiempo.

En la actualidad la prensa se encuentra ante un panorama paradójico en el que, a pesar de sufrir un importante descenso de ventas en algunos países -con su consecuente perjuicio económico-, se lee más que nunca, gracias a Internet.

La razón por la que las personas prefieren usar internet o prefieren la prensa digital es debido a que es gratis, es decir que el lector no solo encuentra la misma información general que presenta la prensa tradicional, sino una información más detallada y de forma gratuita y más rentable.

Pero ¿Por qué las personas se adaptaron a esta globalización? Esto es debido a que las personas se maravillan del poder de la red, el no tener que esperar un horario determinado para mirar un programa de televisión o leer una noticia al siguiente día logró despertar una gran demanda.

2.1. Globalización Digital- Internet

Internet ofrece a los receptores encontrar la información que le interesa en minutos, a través de un clic y cuenta también con la inmediatez de comunicarse con cualquier persona que se encuentra navegando en la web. La red, como también se la conoce, es un medio que por su capacidad y evolución constante provoca cuestionamientos sobre el futuro de los medios tradicionales, sobre todo de la prensa escrita. El periodismo tradicional por su parte, presenta una relación con los receptores de manera unidireccional, es decir, el destinatario al cual va

dirigido el mensaje no tiene la posibilidad de interactuar de manera simultánea, sino sólo a través de cartas al director o llamadas.

Los medios de comunicación que fueron importantes en la época en la que no existían otros medios para comunicarse, ha venido perdiendo importancia y control frente a los individuos que se encuentran generando información en las redes y por lo tanto se convierten tanto en emisores como receptores.

> El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas, de las empresas de medios. Cualquier persona puede crear un medio. Pero no es el fin del periodismo; al contrario, es el comienzo de una nueva era, que da mucha esperanza en la democratización de la información. (Franco, 2009, p.6)

Si bien este sería un proceso más complejo que el anterior, es un medio en el que todos podemos interactuar pues está rompiendo con la barrera de comunicación vertical y unidireccional y así ser parte de este cambio, pues todos podemos ser fuente de información, pero siempre teniendo presente que esto no nos debe llevar a emitir información de manera irresponsable; tratando de hacer de este proceso un bien para la humanidad y no que sea un arma de destrucción para la misma.

> El reto es la reinvención: cómo rehacer los medios en el siglo XXI, cómo afrontar el cambio como una constante y no como una situación excepcional. No es fácil. No es fácil tomar decisiones estratégicas en un universo tan rápido y tan cambiante. Cualquier decisión que se tome, es siempre una decisión ante una elevada incertidumbre, tendrá siempre algo de especulativa, de apuesta sobre unos comportamientos sociales interactuando con desarrollos tecnológicos con unos márgenes cada vez más reducidos. El único resultado garantizado es el *estrés*. (Romero, 2007)

No debe olvidarse que dentro de este mundo digital también existen asuntos que a muchos preocupan: una de las grandes comodidades que ofrecen las nuevas herramientas es hacer sencillo el proceso de creación y sobre todo de difusión de contenidos. Por lo tanto,

cualquiera puede convertirse en un “informador”, lo que convierte el espacio digital en un juego de producción excesiva de información y sobre todo de informantes. Así que discernir entre lo que es verdadero y falso de este alud de datos es uno de los retos que la comunicación digital impone al receptor de un mensaje.

A diferencia de esto, el periodismo tradicional resulta estar mejor y más sustentado pues históricamente se ha basado en procesos de investigación más rigurosos y en el conocimiento en ciertas disciplinas, lo que le confiere precisamente la credibilidad que busca el receptor.

Aunque claro, no se afirma que el periodismo digital no pueda ser así, o que no existan ejemplos de intachable labor periodística en espacios de información en la red, sino que se resalta el hecho de que es más difícil encontrar algo bien sustentado en ese medio donde existen muchos canales y creadores de información.

Es importante describir las principales diferencias que existen entre la prensa escrita y la digital. En la prensa escrita se cuenta con un horario de cierre y tiempo extra para publicar o no la noticia, tiene una capacidad limitada para contextualizar la información que se va a publicar. En cambio la prensa digital ofrece a sus usuarios acceso a todas las fuentes de información, se puede obtener información en distintos formato: audio, texto, imágenes, o videos; y lo más importante es que no existe límite de tiempo ni espacio para poder publicar información.

La gran repercusión que logró Internet es que la venta de diarios impresos haya bajado, motivo por el cual los especialistas sostienen que la sociedad de hoy se encuentra en busca de la comodidad y la inmediatez.

> Este nuevo periodismo tiene su fuerza en la relación emisor-receptor. Un periodista digital rompe con la comunicación lineal y se encuentra inmerso en un mar de

> información. Es previsible que todo periodista termine procesando la información con herramientas digitales, por tanto terminen siendo periodistas "digitales" y de esta manera la prensa escrita sea reemplazada por la digital". (Quim Gil, 2000).

El problema de esto es que un periodista tradicional para poder confirmar la información va a utilizar estas herramientas digitales y por lo tanto también se convertiría en periodismo digital, y ante esto es lo que se ve expuesta la prensa escrita, debido a que todos se están inclinando por informarse a través de internet y esta será olvidada.

Se debe tener en cuenta que el progreso de la globalización es por la existencia de la tecnología, "la globalización es un fenómeno comercial y económico causado, en parte, por la tecnología digital. Si bien la tecnología por sí sola no produjo la globalización, sin la tecnología la globalización nunca hubiera sucedido" (Sasso, 2008). La globalización es como un negocio que ayuda a las personas que tienen páginas en internet a incrementar su dinero como google, Facebook, o twitter, que son algunas de las principales sitios en los que la gente puede comunicarse u obtener información, y todo esto es debido a que han podido aprovechar la existencia de la tecnología en beneficio de ellos como de los demás que nos inclinamos por estar dentro de esta era digital.

Este proceso de globalización no se da únicamente pensando en el beneficio de las personas, sino también se ha enfocado en el apoyo de empresas que están pendientes de este cambio.

> El proyecto global de las grandes empresas, las nuevas capacidades que resultan de la tecnología de la información y las telecomunicaciones y el crecimiento de componentes supranacionales en la labor del Estado, en conjunto, comienzan a constituir escalas estratégicas que van más allá de lo nacional. (Sassen, 2007, pag.26)

Esto es una estrategia que tienen las grandes empresas para lograr el crecimiento económico que tanto desean, y es una estrategia que crearon para lograr su objetivo. Pero de

igual manera creo que este avance ayuda para que la gente pueda comunicarse con los demás, así como informar sobre lo que sucede.

En el marco de esa filosofía de la globalización económica, las empresas globales tienen ahora un papel más importante, a veces, que el de muchos gobiernos o de muchos Estados. Esas empresas y los empresarios que las dirigen son los que cada año se reúnen, en el marco del Foro Económico Mundial precisamente, donde se juntan los nuevos amos del mundo. En ese marco, en ese contexto geoeconómico y geopolítico de lo que significa hoy la globalización, se produjo una importante transformación de los medios de comunicación de masas. En el corazón mismo de la estructura industrial y de la propiedad económica de los medios.

3. Medios Impresos-Actualidad

Globalmente, hoy día, los medios de comunicación (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, Internet) pertenecen, cada vez más, a grandes grupos mediáticos que tienen también una vocación global, una vocación mundial. Como el grupo News Corp del Sr. Rupert Murdoch, o AmericaOnline, o Viacom, o Microsoft. Grupos que tienen nuevas posibilidades de expansión, gracias a la transformación de la técnica, en la medida en que la "revolución digital" rompió las fronteras que antes separaban escritura, sonido e imagen. Esta revolución ha permitido el surgimiento de Internet que aparece como un quinto poder, una manera de expresarse.

Con esta "revolución digital", las empresas mediáticas agrupan ahora, no sólo a los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), sino también a todo lo que podríamos llamar el sector de la cultura de masas, de la comunicación y de la información.

Estas tres esferas estaban antes aisladas: por una parte la cultura de masas, con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos de mercado planetario; por otra parte, la comunicación, en el sentido tradicional, o sea la publicidad, el mercadeo, la propaganda; y, en fin, la información, con las agencias de prensa, los noticieros, los diarios, los canales de información continua, los periodistas de todo tipo.

> La expansión de Internet y la acuñación de un cierto criterio de que "me puedo informar solo, sin intermediario" ha cuestionado el futuro del periodismo. Hasta ahora se ha atendido a las esferas de la cultura, la información y la comunicación (publicidad, relaciones públicas, marketing etc.), pero la esfera de la comunicación tiende a absorber las esferas de la información y de la cultura. El fenómeno Internet ha logrado que la información, durante siglos escasa, se haya convertido en materia sobreabundante y su logro extremadamente rápido. La relación entre la información y la velocidad siempre ha existido pero ahora está alcanzando una dimensión absoluta: la velocidad actual es la de la luz, el tiempo real, la instantaneidad, porque la información se ha convertido en una mercancía. (Hernández, pag.26)

3.1. Futuro de los medios impresos

El futuro del periodismo es incierto en este momento, pues no se sabe a ciencia cierta cuáles serán los efectos que esta globalización digital traerá consigo; pero de lo que si se está consiente generalmente de los medios impresos es de la falta de inmediatez que tienen los mismos y por lo mismo se verían en peligro de que las ventas de los diarios se reduzcan.

En la actualidad se ha formada una batalla entre los medios de comunicación por buscar información y de esta manera tener la primicia y no perder la importancia que tenían al momento de la existencia de estos.

> Los diarios se aproximan al cambio más importante de su historia: el momento en que el papel, arrinconado por nuevas formas de consumo informativo de una nueva

> generación de lectores, deberá dejar paso al soporte digital. Y ya es seguro que ocurrirá; la única duda es cuándo. (Freitas, 2015)

La llegada del Internet es un medio que nos ofrece información tanto en audio, texto e imágenes; y además de esto ofrece inmediatez que es algo de lo que carece los medios impresos, y por lo mismo están en riesgo de que lleguen a su fin, debido a que las personas se centran por informarse mediante esta nueva era digital. El periodismo digital permite que se pueda actualizar la información varias veces en un mismo día y de forma inmediata.

Estamos viviendo en los primeros pasos de una sociedad informada, pues los medios eran los que se preguntaban ¿quién tiene que reivindicar los medios?, pero lo que se ha venido viendo en los últimos tiempos es que los medios van en remolque de las transformaciones. "La cuestión de "reinventar los medios" puede reformularse como la necesidad, angustiosa a veces, que los propios medios tienen de encontrar su posición en el nuevo espacio que se ha creado con la revolución digital" (Romero, 2007).

En la actualidad están conviviendo tanto nuevos como viejos medios, con el único propósito que tienen ambos, que es el de hacer llegar la información a todas las personas; pero el método que los medios tradicionales utilizan ya no coincide con el público objetivo, pues con la aparición de las diferentes opciones que tiene la red internet, la situación ha cambiado radicalmente; ayudando para que esta manera las cosas se inviertan y por lo tanto el periodismo digital cobre importancia frente al tradicional que tenía una fuerte influencia en la sociedad.

Por esto se ha venido recalcando que la prensa escrita tradicional, no digital se enfrenta a un grave problema pues el contenido de una noticia difundido en un periódico un día después ya es historia.

4. Impacto de la tecnología en el periodismo

La discusión del impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina se produce en la coyuntura concreta del 'boom' de las redes sociales en Internet, que son, en últimas, una metáfora parcial de una sociedad no autoritaria, más colaborativa, incluyente y horizontal.

El efecto de las tecnologías digitales en el periodismo se manifiesta, principalmente, en tres vertientes: la dinámica de la construcción de la noticia o información; el ejercicio profesional, que remite al tema de las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno (la capacitación), y la situación de los medios tradicionales.

"En materia de la relación de las nuevas tecnologías con el periodismo, ¿qué es lo nuevo? Básicamente, lo nuevo es que los medios tradicionales se pusieron 'online', hay más flujo de información, pero no hay un cambio en la forma de hacer periodismo", dice el periodista nicaragüense Carlos Fernando Chamorro.

Esto no es un cambio dentro de la comunicación, sino que el informar toma otro rumbo, en el que no solo los periodistas formen parte, sino toda la sociedad.

> La comunicación hoy en día está insoslayablemente asociada al desarrollo tecnológico y mucho más relacionada con los artefactos y dispositivos tecnológicos, que al proceso cultural de transmisión de información. Ello tiene implicaciones conceptuales, porque existe el peligro de convertir a la comunicación, junto a los dispositivos que la posibilitan, en mercancías fetiches, al no entenderla como un proceso histórico que se alimenta y crece con las prácticas culturales de la gente, y o, alternativamente, como la panacea para resolver muchos de nuestros problemas. (Andrade, pag.40-41)

De buena manera con la tecnología digital, los individuos pueden participar o actuar como agentes de cambio en la sociedad, y de esta forma hacer que los medios dejen de jugar

el papel que venían realizando que es el de controlar a la sociedad mediante la información que emite; y así generar conocimientos que provienen de sus propias fuentes culturales, y por lo tanto marcar un alto impacto en la toma de decisiones de las personas.

Debemos pensar en el periodismo digital como una nueva oportunidad para optimizar el flujo de información que demandamos; es cierto que no se le puede considerar "periodista" a toda persona que suba algún tipo de contenido dentro de la red, pues ser periodista requiere disciplina y sobre todo, sustento teórico y oficio.

Podríamos pensar en el periodismo digital como una "profesión" del futuro, que en comparación al periodismo tradicional otorgará mayores libertades a quienes la ejerzan; una profesión que dé buen uso a las nuevas tecnologías para favorecer el ejercicio comunicacional y cumplir la labor de informar, comunicar con responsabilidad y sustento, en pleno compromiso con lo que ello implica.

4.2.¿Vivimos una lenta agonía del medio impreso?

La prensa escrita superó a importantes avances tecnológicos como la Radio y la Televisión, pero desde hace años este medio se enfrenta a un nuevo avance tecnológico, la palabra escrita pero a velocidad vertiginosa y sin conocer fronteras, lenguas o civilizaciones.

En esta ocasión es Internet con quien se enfrenta y desde hace unos años la inmediatez de en cualquier lugar y cualquier momento que nos da la movilidad. ¿Superará el tradicional medio impreso esta nueva piedra en el camino? ¿Estamos viviendo una lenta agonía de periódicos y revistas impresas?

El profesional Francisco Javier Pérez Monjibar Trade supervisor en Vivak opina "Durante los últimos años hemos modificado el modo de realizar algunas actividades cotidianas, debido a las nuevas tecnologías y a la accesibilidad que tenemos a ellas. Y uno de los principales damnificados por este cambio, son los medios impresos".

Podemos observar que esto se debe a la presencia de los medios digitales, donde encontramos las noticias de manera gratuita e inmediata, ante esto lo que los medios impresos tienen que hacer es adaptarse a la situación actual y a las necesidades de los lectores.

f. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrollara en la ciudad de Loja, se aplicara una serie de procedimientos básicos y métodos de recopilación, análisis e interpretación de la información, los mismos que permitirán reforzar el proceso de investigación para construir una posible solución al problema.

Los materiales que se utilizarán para el diseño, construcción y desarrollo de la investigación serán: computadora, internet, impresora, grabadora de audio, cámara fotográfica, flash memory, papelería, celular, tablet y libros.

Con lo que respecta a la metodología, se utilizarán varios métodos, esto con el fin de analizar la problemática desde diferentes puntos científicos tal como lo requiere la investigación; a continuación los métodos a utilizar:

MÉTODOS

Método Científico: Se aplicará en la elaboración del marco teórico y revisión literaria que a través de la conceptualización recolectada de libros, apuntes e internet aportarán al trabajo investigativo.

Método Descriptivo: Permitirá conocer de manera más detallada cómo se encuentra la situación de los medios impresos de la ciudad de Loja.

Método Estadístico: Este método ayudará a determinar la población y a partir de esto la muestra sobre la que se realizará la investigación, y de esta manera plasmar los datos recogidos en la tabulación de encuestas y entrevistas y así obtener datos cuantitativos y cualitativos, del problema que se investigará.

Método deductivo

Este método permitirá analizar el principal problema de la investigación, basado en la globalización digital y si está afectando de alguna manera a los medios impresos de la ciudad de Loja.

TÉCNICAS

Estas técnicas e instrumentos de investigación permitirán indagar la problemática y recabar la información requerida para su análisis.

Bibliográfica

A través de esta técnica se podrá obtener información de internet, así como de libros, revistas, PDF, ensayos, y de esta manera tener conocimiento sobre este tema, accediendo a información e investigación realizadas tanto en el país como en otras partes del mundo.

Entrevistas

A través de esta técnica se podrá obtener información específicamente con el tema a investigar y sobre las principales necesidades del problema. Las mismas que esarán dirigidas al director de Diario Centinela y al editor de Diario La Hora-Loja; con el propósito de conocer si debido

a la utilización de Internet en la actualidad, estos diarios se han visto afectados de alguna manera en la venta del periódico.

Encuestas

Esta técnica se aplicará con el propósito de determinar la opinión pública sobre el tema a investigar, la misma que se aplicará a los moradores de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, con el propósito de obtener datos que esclarezcan la constatación de los objetivos. Esto se obtendrá mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas, a un número de 400 habitantes de las parroquias urbanas del cantón Loja (San Sebastián, El Sagrario, Sucre y El Valle), tomando en cuenta el universo de 170.280 habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadistas y Censos INEC (2010), por lo tanto del porcentaje total de habitantes de la ciudad se sacó una muestra para la realización de encuestas, aplicando la siguiente fórmula, la cual es para un universo infinito.

$$\mathbf{n} = \frac{\sigma^2 \times \mathbf{p} \times \mathbf{q}}{\mathbf{E}^2}$$

n = tamaño de la muestra o población a estudiar.

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%.

Al ser el universo superior a 100.000, hay que utilizar la siguiente fórmula para universos infinitos:

$$n = \frac{\sigma^2 \times \mathbf{p} \times \mathbf{q}}{\mathbf{E}^2}$$

$$n = \frac{2^2 \times \mathbf{50} \times \mathbf{50}}{\mathbf{5}^2}$$

$$n = \frac{4 \times \mathbf{2500}}{\mathbf{25}}$$

n = 400

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Septiembre 2014 a Febrero 2015	Febrero 2015	Marzo 2015 a Septiembre 2015	Octubre 2015 a Junio 2016	Julio 2016 a Noviembre 2016
Elaboración del proyecto de tesis	X				
Aprobación del proyecto de tesis		X			
Investigación de campo			X		
Elaboración de la tesis				X	
Proceso de graduación					X

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

1. Talentos Humanos

- Director de tesis
- Investigador

1. Recursos Materiales

- 3 Resma de Papel bond A4
- 4 resaltadores
- 6 lapiceros
- Anillados
- Empastado
- Impresiones
- Transporte
- Alimentación
- 1 Laptop HP
- 1 Calculadora
- 1 Cámara

2. Recursos Técnicos

- 11 meses de servicio de teléfono e internet
- Flash memory

3. Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTE UNITARIO	COSTE TOTAL
Resmas de papel boon	3	3.00	9.00
Resaltadores	4	0.50	2.00
Lapiceros	6	0.25	1.50
Anillados	3	3.00	9.00
Empastados	3	5.00	15.00
Transporte	50	50.00	50.00
Alimentación	20	2.00	40.00
Laptop HP	1	1500.00	1500.00
Calculadora	1	25.00	25.00
Cámara	1	500.00	500.00
Servicio de teléfono e internet	11 meses	40.05	440.55
Flash memory	1	15.00	15.00
		TOTAL:	2607.05

4. Financiamiento

El financiamiento será cubierto por recursos propios puesto que los costos plantados para la ejecución son moderados y de fácil acceso.

i. BIBLIOGRAFÍA

Andrade, J.A. (2012). *Globalización, ideología y cultura digital.* Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 9 (3), 35-48.

Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe.* Austin, Texas.

Saskia, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires. Katz.

Aroche, S. (2009). *Periodismo Digital: definiciones y características*. Maestros del Web. Recuperado de http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/

Briseño, J. (2014). Periodismo Digital vs Periodismo Tradicional. C. Editorial. Recuperado de http://revistahorizontal.com/periodismo-digital-vs-periodismo-tradicional/

Bustos, J.C., & Tribuna, M.A. (2010). *Momentos de crisis en la industria periodística.* Telos. Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2010070715200001

Candelas, M. (2013). *La brecha digital: fractura de la globalización.* Política crítica. Recuperado de http://politicacritica.com/2013/04/01/la-brecha-digital-nuevo-cleavage-de-la-globalizacion/

Freitas, L. (2015). *Impreso vs. Digital ¿quién ganará la batalla.* Factum. Recuperado de http://w2.ucab.edu.ve/3525.html

Juárez, M.A. (2010). Influencia de los medios de comunicación en la sociedad. Mundo ciencia. Recuperado de http://mundociencia.bligoo.com.mx/influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-0#.VE1d65R5O5!

Ricardo, J. (2007). *Panorama Digital.* Recuperado de http://pricardo.blogspot.com/2007/06/globalizacin-digital-e-internet.html

Romero, J.M. (2007). *Reinventar la actualidad: los Medios digitales y la transformación de las audiencias.* Espéculo. Recuperado de https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero37/actualid.html

Sasso, R. (2008). *Globalización digital*. Nación.com/opinión. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2008/octubre/27/opinion1751684.html

ANEXOS

ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Apreciado(a) ciudadano (a).

La Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, de la Universidad Nacional de Loja, está interesada en investigar LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LOS DIARIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE 2015. Con tal razón le solicitamos encarecidamente se digne contestar las siguiente preguntas.

ASPECTOS GENERALES:

Edad: ..... años Género: F ☐ M ☐

Formación académica: .....

1. **¿Sabe usted a qué se refiere la globalización digital?**

   Si ( ) No ( )

¿Cómo? …….

2. **Si su respuesta es sí ¿Considera usted que los medios impresos están siendo afectados por la globalización?**

   Si ( ) No ( )

¿Por qué? ……..

3. **Si su respuesta es no ¿Considera usted que el periódico impreso es uno de los medios que las personas prefieren para informarse?**
   Si ( ) No ( )

   ¿Por qué? ……..

4. **¿Tiene usted acceso a Internet?**
   - ☐ Si
   - ☐ No

5. **¿Cuál de estos factores cree usted que es el determinante para que las personas opten por utilizar el periódico para informarse? Seleccione una opción.**
   - ☐ Información verídica
   - ☐ Más factible
   - ☐ Accesible para todos
   - ☐ Por el profesionalismo de los periodistas

6. **¿Cuál de estos factores cree usted que es el determinante para que las personas opten por utilizar Internet? Seleccione una opción.**
   - ☐ Inmediatez
   - ☐ Fácil acceso y es más rentable
   - ☐ Se puede obtener todo tipo de información que se desea
   - ☐ Es un medio en el cual todos pueden ser parte

7. **¿Cuál es el medio que usted prefiere para mantenerse informado?**
   - ☐ Radio
   - ☐ Televisión
   - ☐ Medios Impresos
   - ☐ Internet

8. **¿Por qué prefiere informarse a través de este medio?**
   - ☐ Inmediatez
   - ☐ Credibilidad

☐ Fácil acceso

9. ¿Qué medio impreso de la ciudad de Loja lee usted? Señale una opción.

☐ Diario La Hora

☐ Diarios Centinela

☐ Diario Crónica

☐ Ninguno

10. ¿Confía usted en la información que brinda la prensa escrita?

SÍ ( ) NO ( )

¿Por qué? ……

11. ¿Usted cree que la globalización digital podría afectar de manera negativa a los medios impresos de la ciudad de Loja? Señale una opción

☐ Si

☐ No

¿Por qué? ……

12. ¿Qué piensa usted que deberían hacer los comunicadores de los medios impresos frente a la globalización digital? Señale una opción

☐ Deben adaptarse a este nuevo proceso tecnológico

☐ Complementarse con el medio digital y así poder coexistir juntos

☐ No preocuparse y seguir realizando el trabajo que vienen haciendo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTA

Tema: La Globalización Digital y sus efectos en los Diarios Impresos de la ciudad de Loja, periodo marzo-septiembre 2015.

1. ¿Tiene usted conocimiento acerca de la globalización digital?

……
……
……

2. ¿Usted cree que debido a Internet los medios impresos de la ciudad de Loja se estén viendo afectados?

……
……
……

3. ¿Para usted la globalización digital representa algo positivo o negativo o negativo para los diarios?

……
……
……

4. ¿Usted cree que los medios impresos estén propensos a desaparecer debido a este avance tecnológico?

……
……
……

5. ¿Qué cree usted que deberían hacer los medios impresos frente a este nuevo avance tecnológico?

……
……
……

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA……...……..i

CERTIFICACIÓN……...ii

AUTORÍA……iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN…….....iv

AGRADECIMIENTO……...……..…..v

DEDICATORIA……..…….……....vi

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO…….…….…….....vii

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS……viii

ESQUEMA DE TESIS……..……...…….…….ix

a. TÍTULO……..……....…...1

b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS) SUMMARY…….……2

c. INTRODUCCIÓN……...……..…….…….....4

d. REVISIÓN DE LITERATURA……..……...……...……...6

Globalización Digital…….…….……...6

Revolución de la tecnología…….…….……7

Periodismo digital en el mundo…….....9

¿Qué es periodismo digital?.....….…….....……....9

Web: 2.0……..…….....14

Brecha digital…….. 20

Influencia que está teniendo Internet en los……..…….....23

Medios de Comunicación

Las tecnologías de la Información y……..….....……..…..26

Comunicación en Latinoamérica

Medio Tradicional y el Digital…….…….27

Características de los periódicos digitales…….....……...……..….28

Desarrollo de la tecnología digital…….....30

Impacto de la tecnología en el periodismo de……..…….....31

América Latina

Los Medios Tradicionales de cara a la Red.…….……..33

Medios impresos frente a los digitales…….....36

Impreso vs Digital ¿quién ganará la batalla?…….….38

¿Vivimos una lenta agonía del medio impreso?……41

Medios Impresos…….……42

¿Cuál fue el primer periódico del mundo?…….....43

El primer diario impreso en Ecuador…….....44

según nuestra historia

Medios de Comunicación que existen en…….....45

nuestro país

Porcentaje de las personas que tienen acceso a Internet…….....45

Apertura de los Medios Digitales en Ecuador…….……..….45

Primer medio tradicional que tuvo su página digital en Ecuador….……..46

Desarrollo del periodismo digital…….……..48

en los diarios lojanos

Futuro de los medios impresos……..…….50

e. MATERIALES Y MÉTODOS……..…….……52

f. RESULTADOS…….……...….....57

g. DISCUSIÓN…….……...…...85

h. CONCLUSIONES…….…….....87

i. RECOMENDACIONES…….....…….…….…....88

✓ PROPUESTA ALTERNATIVA……..….….89

j. BIBLIOGRAFÍA……..……...…….…....…..……112

k. ANEXOS……..……..……....119

a. TEMA …….….…….....120

b. PROBLEMÁTICA……..……121

c. JUSTIFICACIÓN……127

d. OBJETIVOS……128

e. MARCO TEÓRICO……129

f. METODOLOGÍA……...148

g. CRONOGRAMA……..……..……152

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO….…….....153

i. BIBLIOGRAFÍA…….....…….…....155

ÍNDICE……..……...….....161