



RESUMEN

Con el aparecimiento del Internet en la década de los 60 surgieron nuevos medios de comunicación en el mundo, entre ellos los blogs, redes sociales, páginas web, periódicos digitales, entre otros.

Al hablar de periódicos digitales nos referimos que gracias al Internet nació una nueva forma de hacer periodismo Pero ¿cuál fue el primer periódico a nivel mundial? Fue Viewtel 202 el mismo que se le consideró como un servicio complementario del diario Birmingham Post and Mail en 1979.

En el 2004 en la ciudad de Quito nace el primer periódico digital del Ecuador, el mismo que fue un proyecto auspiciado por la Corporación de Participación Ciudadana, este periódico cuenta con corresponsales en cinco provincias como son: Azuay, Guayas, Imbabura, Manabí y Pichincha.

Por otro lado, en noviembre de 2008 en Cuenca se creó el primer periódico digital el mismo que se dedica especialmente a la transmisión de la información deportiva amateur y profesional a nivel local, nacional e internacional.

Este medio digital cuenta con publicidad y actualmente tiene una base de datos de 10.000 páginas.

Finalmente, en nuestra ciudad aproximadamente hace 24 años existe una comunidad virtual cuencanos.com la misma que nació como un espacio dedicado a la interacción social entre jóvenes cuencanos pero con el pasar del tiempo cambió su formato convirtiéndose en un sitio informativo de la ciudad.

En los dos periódicos digitales y la comunidad virtual investigada utilizan como plataforma el Internet en donde el género periodístico más utilizado es la noticia seguido del reportaje.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PERIODISMO DIGITAL, CIBERPERIODISMO, HISTORIA DEL INTERNET,
HIPERTEXTUALIDAD, CONTENIDOS EN LOS CIBERMEDIOS, REDACCIÓN
PERIODÍSTICA.



INDICE

CAPITULO I

1. El Internet y el nacimiento de los tres periódicos digitales

- 1.1. Historia del Internet
- 1.2. Historia del Internet en el Ecuador y en Cuenca
 - 1.2.1 Ecuánex y Ecuánex nodos pioneros de Internet
 - 1.2.2 Uso frecuencia y acceso a Internet
 - 1.2.3 Historia del Internet en Cuenca
- 1.3 Historia de los periódicos digitales: elmorlaco.com, ciudadaniainformada.com y la comunidad virtual cuencanos.com
 - 1.3.1 El morlaco.com
 - 1.3.2 Ciudadaniainformada.com
 - 1.3.3 Cuencanos.com
- 1.4 Concepto de Periodismo
- 1.5 Concepto de Periodismo Online, On-line, Periodismo digital, Periodismo en línea, Periodismo multimedia y ciberperiodismo
 - 1.5.1 Periodismo Online u On-line
 - 1.5.2 Periodismo digital
 - 1.5.3 Periodismo en red
 - 1.5.4 Periodismo multimedia
 - 1.5.5 Ciberperiodismo
- 1.6 La educomunicación de los cibernautas

CAPITULO II

2. Herramientas y géneros utilizados por los periodistas de los tres medios digitales de Cuenca

- 2.1 Herramientas digitales utilizadas por los periodistas de los tres medios digitales
 - 2.1.1 Las páginas web
 - 2.1.2 Los buscadores
 - 2.1.3 Las etiquetas
 - 2.1.4 ¿Facebook y twitter páginas sociales o herramientas digitales?
- 2.2 Conceptos de Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad
 - 2.2.1 Hipertextualidad
 - 2.2.2 Multimedialidad
 - 2.2.3 Interactividad
- 2.3 Redacción y contenidos en los medios digitales
 - 2.3.1 Estructura de las noticias
 - 2.3.1.1 Los contenidos en los cibermedios



2.4 Géneros periodísticos utilizados en la web

- 2.4.1 La noticia
- 2.4.2 El reportaje
- 2.4.3 La crónica
- 2.4.4 La entrevista
 - 2.4.4.1 Charla o chat
 - 2.4.4.2 Foro
 - 2.4.4.3 La encuesta
- 2.4.5 Editorial
- 2.4.6 La infografía

2.5 Formatos utilizados por los tres periódicos digitales de Cuenca

- 2.5.1 www.elmorlaco.com.ec
- 2.5.2 www.ciudadaniainformada.com
- 2.5.3 www.cuencanos.com

CAPITULO III

3. Evolución de los tres periódicos digitales de Cuenca

3.1 Organigrama de los tres medios digitales

- 3.1.1 Organigrama de www.elmorlaco.com.ec
- 3.1.2 Organigrama de www.ciudadaniainformada.com
- 3.1.3 Organigrama de www.cuencanos.com

3.2 La tecnología y los periodistas

- 3.2.2 La evolución del periodismo con las nuevas tecnologías
- 3.2.3 Perfil de tres ciberperiodistas de los medios digitales de

Cuenca

- 3.2.3.1 Periodista de Cuencanos.com
- 3.2.3.2 Periodista de elmorlaco.com.ec
- 3.2.3.3 Periodista de ciudadaniainformada.com

3.3 Cantidad de usuarios de los tres medios digitales de Cuenca

- 3.3.1 Usuarios de Ciudadanía Informada
- 3.3.2 Usuarios de El Morlaco
- 3.3.3 Usuarios de Cuencanos.com

3.4 La publicidad en los periódicos digitales

- 3.4.1 Publicidad en Ciudadanía Informada
- 3.4.2 Publicidad en Cuencanos.com
- 3.4.3 Publicidad en El Morlaco



CAPITULO IV

4. La educomunicacion en los lectores o ciberlectores

4.1 Concepto de educomunicación

4.1.1 Definición de educomunicador

4.2 La educomunicación en los cibernautas

4.2.1 Los cibernautas y la producción de la educomunicación

4.3 La educomunicación en los tres medios digitales de Cuenca

4.4 Justificación de nuestro estudio de campo

4.5 Resultado de nuestro estudio de campo

Conclusiones

Recomendaciones

Glosario

Bibliografía



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Gladys Patricia Arpi Barros y Digna Dolores Romero Bermeo, reconocemos y aceptamos el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de nuestro título de Licenciadas en Comunicación Social mención Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de nuestros derechos morales o patrimoniales como autores.

Gladys Patricia Arpi Barros y Digna Dolores Romero Bermeo, certificamos que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACION
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“LOS PERIODICOS DIGITALES Y SU DESARROLLO EN LA
CIUDAD DE CUENCA”**

Tesis previa a la obtención del título
de Licenciada en Ciencias
de la
Comunicación Social mención
Periodismo

DIRECTOR: Máster Hugo Guillermo

AUTORES: Patricia Arpi
Digna Romero

CUENCA – ECUADOR

Marzo 2012



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LOS PERIODICOS DIGITALES Y SU DESARROLLO EN LA CIUDAD DE CUENCA



AGRADECIMIENTO

Queremos dejar constancia de nuestro sincero y profundo agradecimiento a la Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, en especial, a la Escuela de Comunicación Social por el valioso aporte académico en la formación de nuestra vida profesional.

De igual manera, a todos los profesores de la escuela por sus experiencias y conocimientos impartidos en el aula, los mismos que nos sirvieron para forjar nuestra profesión con responsabilidad, ética y respeto.

De forma especial al Máster Hugo Guillermo por el aporte valioso en la dirección y desarrollo de la tesis.

Asimismo, expresamos nuestro agradecimiento a los directivos y periodistas de los medios de comunicación: Cuencanos.com, Ciudadanía Informada, elmorlaco.com, diario el Mercurio, diario el Tiempo por la información que nos facilitaron para la elaboración del presente trabajo.

Y a los estudiantes de la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, Universidad Politécnica Salesiana y la Universidad de Azuay por la información que nos proporcionaron a través de las encuestas.

Gracias a todos

Las autoras



DEDICATORIA

Al estar a un paso de cumplir una meta más en mi vida quiero dedicarle este logro principalmente a Dios porque gracias a la sabiduría que me ha entregado pude culminar mis estudios.

Por otra parte, quiero dedicarle a mis papis Luis y Carmen que han sido y son el pilar fundamental de mi vida. Gracias por darme su cariño, comprensión y afecto.

Además, esto va dedicado a mi esposo Henry y a mi hija Tatiana que son mis dos amores y agradecerles por la paciencia que me han tenido y el apoyo que me han dado.

No quiero dejar a un lado a mis hermanas Mónica y Miriam así como también a mi cuñado y mis sobrinos.

Gracias a todos

Patricia Arpi



DEDICATORIA

*Los sueños se construyen día a día
Con perseverancia, esfuerzo y dedicación
Pero en especial con el apoyo de nuestros seres queridos
Gracias a las personas que siempre confiaron en mí
Y estuvieron cuando más los necesite.*

A ti Luis por haber sido como un padre para mí y apoyarme para que mi sueño hoy se haga realidad, a pesar de la distancia te llevo en el corazón.

A ti querida madre (María) por haberte sacrificado para dejarme la mejor herencia “el estudio”.

A mí querido tío (César) por ser una luz en mi vida y estar junto a mí aconsejándome y brindándome su cariño, comprensión y apoyo.

A mis hermanos (Fernanda, Katherine y Kevin) por darme ánimos y ser un pilar fundamental para alcanzar mis metas.

En especial a DIOS por guiar mi camino con amor, sabiduría, esperanza, fe y permitirme culminar mis estudios superiores.

GRACIAS A TODOS

Digna Romero



INTRODUCCIÓN

Con el nacimiento de Internet a nivel mundial y el surgimiento de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, NTIC, se originó la revolución tecnológica, la creación de las redes sociales, y el desarrollo de las herramientas digitales, por ende, la manera de comunicarse y transmitir un hecho noticioso cambió.

Las ventajas y recursos informáticos que ofrece la Red crearon un nuevo modelo de periodismo, **el digital**, que permite difundir los hechos de forma instantánea, interactiva, multimedia y universal.

No obstante, la forma de hacer periodismo no se ha alterado con el desarrollo tecnológico, al contrario ha permitido una integración de todas las ramas periodísticas (prensa, radio, fotografía y televisión), es decir los comunicadores sociales de hoy son locutores, redactores, presentadores y fotógrafos al mismo tiempo.

Actualmente, las personas consumimos noticias de diversas formas, ya sea mediante el periodismo tradicional (prensa escrita, noticieros televisivos o radiales) o a través del periodismo digital y las redes sociales como: Facebook y Twitter.

Es por eso que, en los últimos años Internet ha sido considerado como uno de los medios más utilizados para buscar información a nivel mundial permitiendo a los cibernautas navegar por los diferentes periódicos digitales producidos por periodistas profesionales o por personas que gustan de este oficio.

De tal forma, los comunicadores sociales de nuestro país han adaptado este nuevo modelo de periodismo a su profesión debido al gran uso, influencia y alcance que tiene, en la actualidad, la web en la sociedad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Según estudios realizados en el año 2007 sobre calidad y costos de Internet en Ecuador, existía un promedio de 1.3 millones de ecuatorianos que se conecta a la red, de acuerdo a la tendencia estadística presentada en dicho estudio, el porcentaje a la actualidad se habrá incrementado.

Nuestro objeto de investigación son **“Los periódicos digitales y su desarrollo en la ciudad de Cuenca”**, por tal razón el trabajo lo hemos estructurado en cuatro capítulos que nos permitirán establecer nociones acerca de la historia de Internet a nivel local, nacional e internacional, a su vez sobre el nacimiento y desarrollo de los periódicos investigados: www.elmorlaco.com.ec, www.ciudadaniainformada y de la comunidad virtual, www.cuencanos.com.

En el **capítulo uno**, realizamos una breve reseña de Internet y el nacimiento de los tres periódicos digitales, asimismo, definiremos algunos conceptos relacionados con el Periodismo Online, On-line, Periodismo digital, Periodismo en línea, Periodismo multimedia, ciberperiodismo y la educomunicación.

“El Internet nace a partir de un proyecto del departamento de Defensa de los Estados Unidos en la década de los 60. En el caso de Ecuador, surge en 1991 luego de que las universidades politécnicas y bancos empezarán a utilizarlo. En 1998 nace Internet en Cuenca mediante una asociación entre la compañía IMPSATEL del Ecuador y la Empresa Pública de Telecomunicaciones, Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento, ETAPA EP.”

“Por otra parte, el primer medio digital que nació en Cuenca fue la comunidad virtual www.cuencanos.com en octubre de 1988, posteriormente surgió en Quito, el periódico www.ciudadaniainformada.com en septiembre del 2004, y por último el 13 de noviembre del 2007, en Cuenca, aparece un medio de comunicación enfocado al 100 por ciento en el deporte, www.elmorlaco.com.ec...”

El **capítulo dos** se centra en las herramientas y géneros utilizados por los periodistas de los tres medios digitales de Cuenca, analizaremos las páginas



web, los buscadores, la redacción, los contenidos, la interactividad, la multimedia y el uso de las redes sociales (Facebook y Twitter) al momento de difundir las noticias.

“La red o Internet permite enriquecer los artículos periodísticos mediante el uso de herramientas digitales, por tal motivo en los medios web podemos apreciar una información integra, es decir en una sola noticia se conjuga el texto, las imágenes en movimiento y estáticas, audio, video, al mismo tiempo...”

“La producción de la información digital cuenta con una gran variedad de herramientas multimedia que facilitan la labor periodística, como: páginas web, redes sociales, buscadores, etiquetas...”

“La redacción digital no se diferencia de la impresa porque mantiene los parámetros de veracidad, imparcialidad y objetividad, aunque en la web las cibernoticias poseen sus propias características...”

La evolución de los tres periódicos digitales de Cuenca, es el punto a tratarse en el **capítulo tres**, y comprende el organigrama de los tres medios, la tecnología y los periodistas, la cantidad de usuarios y la publicidad en los periódicos digitales.

“Al igual que en una empresa, los medios de comunicación digital se rigen a un organigrama para determinar las normas, jerarquías y el números de personas que laboran en los periódicos...”

“El periodismo digital combina dos aspectos esenciales de la sociedad: la tecnología y la comunicación, a su vez requiere una mayor labor periodística. En la actualidad los periodistas deben ser multifacéticos dispuestos a trabajar en cualquier rama periodística...”

En el **capítulo cuatro** abordaremos el tema de la educomunicación en los tres medios digitales de Cuenca: concepto, definición de educomunicador, como se produce en los medios digitales y en los ciberlectores.



“La educomunicación es el proceso de educarse a través de los medios de comunicación, sin embargo, el periodista juega un rol fundamental en este aprendizaje. Según el profesor e investigador Argentino – Uruguayo, Mario Kaplún, en un medio digital el periodista se convierte en educomunicador, quien mediante el uso de las nuevas tecnologías potencia una comunicación educativa y democrática que fomenta la criticidad y la interacción del receptor con su entorno...,”

“Como dijo Marshall McLuhan “el medio es el mensaje”, por ende la tecnología modifica a la persona, pues el medio de comunicación influye, determina y moldea, al estar los cibernautas en constante contacto con la web pueden aprender infinidad de cosas por las millones de páginas que se encuentran a su paso...,”

“La educomunicación en los tres medios digitales se produce a través del uso de nuevos términos, de los artículos deportivos escritos por especialistas en el tema, de los hipervínculos, de la difusión de noticias multimedia, de las redes sociales, de la publicidad, pero en especial por el proceso de Feedback en tiempo real entre ciberperiodistas y ciberlectores...,”

Al finalizar la investigación dejamos constancia del resultado de nuestro estudio de campo, de algunas conclusiones y recomendaciones que hemos podido extraer durante la elaboración del presente trabajo.



CAPITULO I

1. EL INTERNET Y EL NACIMIENTO DE LOS TRES PERIÓDICOS DIGITALES

Para analizar y entender el nuevo proceso del periodismo digital en Cuenca hemos visto necesario estudiar ¿Cómo se originó el Internet y a su vez el surgimiento de los periódicos digitales a nivel mundial y local?

1.1 Historia del Internet

El Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que logra un alcance mundial. Pero ¿Cómo se originó el Internet? El Internet nace a partir de un proyecto del departamento de Defensa de los Estados Unidos en la década de los 60, con el fin de evitar que los mensajes militares durante la Guerra Fría no sean proclives al espionaje o sean destruidos por los mismos.

Es así como nace ARPAnet, una red informática que consistía en conectar ordenadores en diferentes lugares con distintos sistemas operativos y lograr que estos puedan conectarse entre sí, para comprobar su efectividad Ray Tomlison en 1971 envió el primer correo electrónico entre dos ordenadores situados en la misma habitación, cuyo único punto en común era estar conectado a esta red. El texto del primer e-mail eran las letras superiores del teclado (QWERTYUIOP).

“Para lograr tal interconexión en 1973 Vinton Cerf y el ingeniero estadounidense Robert Kahn desarrollaron el Protocolo de Internet (IP) y el Protocolo de Control de Transmisión (TCP) y así satisfacer las necesidades de un entorno de red de arquitectura abierta llamándolo Internetting”.¹

¹ www.maestrosdelweb.com/editorial/internethis/



“Es así que en 1983 se considera que nació realmente la Internet, ya que se separó el proyecto de la red de lo militar y lo civil, en ese momento ya la compartían 500 servidores (ordenadores interconectados). En el mismo año se creó el sistema de nombres de dominios (.com, .edu, etc., más las siglas de los países), que prácticamente se ha mantenido hasta ahora”².

En 1984 William Gibson nombraba a esta gran red como lo es el Internet de ciberespacio. Mientras que Well al año siguiente creó la primera comunidad comercial virtual de usuarios.

“Desde entonces ARPAnet fue utilizado por algunos centros de investigación y universidades de los Estados Unidos como: UCLA, UCSB, Stanford y UTAH”³, mientras tanto el informático británico Timothy Berners-Lee desarrolló la World Wide Web a finales de 1989, para la Organización Europea que trabajaba en una Investigación Nuclear, más conocida como CERN.

“El objetivo de Berners Lee era crear una red que permitiese el intercambio de información con texto, gráficos, sonidos y videos entre los investigadores que participaban en proyectos vinculados a esta organización y lo logró a través de su invento el hipertexto”⁴.

Es así que el Internet desde 1985 ya estaba firmemente establecido como una tecnología que ayudaba a varios investigadores y personas comunes a comunicarse entre sí a través de los correos electrónicos.

² www.jamillan.com/histoint.htm

³ NEUS ARQUES Salvador, “Aprender comunicación digital”, Editorial Paidós Ibérica, S.A, Barcelona –España, 2006, pág 19 y 20

⁴ www.jamillan.com/histoint.htm



“ARPANET desapareció en 1989, pero muchas instituciones (de la NASA al Departamento de Energía) ya habían creado sus propias redes teniendo un número de servidores en la red que superaba los 100.000”⁵

Hoy en día el Internet es el medio más utilizado en la sociedad por niños, jóvenes y adultos ya sea por diversión, entretenimiento o investigación.

1.2 Historia del Internet en el Ecuador y en Cuenca

Después del surgimiento y el gran auge que tuvo Internet en los Estados Unidos a partir del año de 1960, los intentos por mejorar y expandir esta nueva tecnología, alrededor del mundo hizo que varios países tales como Argentina, Bolivia, Ecuador, España, Paraguay, entre otros, creen modelos prototipo basados en la tecnología e inventos de ARPANET.

En el caso de Ecuador, aproximadamente 30 años después del aparecimiento por primera vez de Internet en Estados Unidos, se empieza a utilizarlo principalmente en las universidades politécnicas y los bancos, de esta forma nace en 1991 EcuaneX y en 1992 EcuaneT como un servicio del Banco del Pacífico, los mismos que empieza a manejar los dominios y las primeras redes de Internet en el país.

1.2.1 EcuaneX y EcuaneT nodos pioneros de Internet

“El Internet fue utilizado por primera vez en el Ecuador a través del nodo EcuaneX, en el año de 1991 por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom. Esta red 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. Las instituciones que forman parte de este nodo son: Acción Ecológica, ALAI, CAAP, CIUDAD, CONUEP, FLACSO, y la Universidad Andina Simón Bolívar.

⁵ Idem



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por otra parte, existe un segundo nodo denominado Ecuonet que fue establecido en octubre de 1992 por la Corporación Ecuatoriana de Información, una entidad sin fines de lucro auspiciada por el Banco del Pacífico, la ESPOL, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y otras entidades”.⁶

La inmediatez y uso de Internet se puso de manifiesto durante el conflicto fronterizo con Perú, Ecuador utilizó de forma eficiente el Internet, pues mediante esta tecnología el Ministro de Relaciones Exteriores pudo enviar comunicados y resúmenes de prensa a las tropas de guerra, a la vez instituciones no gubernamentales, organizaciones ambientales, entre otros, difundieron sus mensajes de solidaridad y de paz.

Internet va creciendo paulatinamente en el país, puesto que en los primeros años este servicio fue utilizado básicamente por instituciones gubernamentales y no gubernamentales, esto se dio por su elevado costo y mantenimiento, lo cual no podía ser cubierto por cualquier persona interesada en esta nueva tecnología.

Es así como a partir del 2000 la cobertura de Internet empieza a crecer en el país, ya para enero del 2001 el número de cuentas en Internet es de 59.000, en el 2003 es de 155.000, aproximadamente 3.000 usuarios, y en el 2005 es de 188.000, con un total de 88.000 usuarios, sin tener en cuenta el acceso a Internet a través de los teléfonos celulares.

Desde sus inicios hasta la actualidad Internet es utilizado por niños, jóvenes, estudiantes, profesionales y cibernautas como un medio para acceder a páginas de información como: Google, AltaVista, Wiki pedía, Monografías.com, o páginas sociales como: Facebook, Twitter, Hotmail, Sónico, Hi5, messenger, etc.

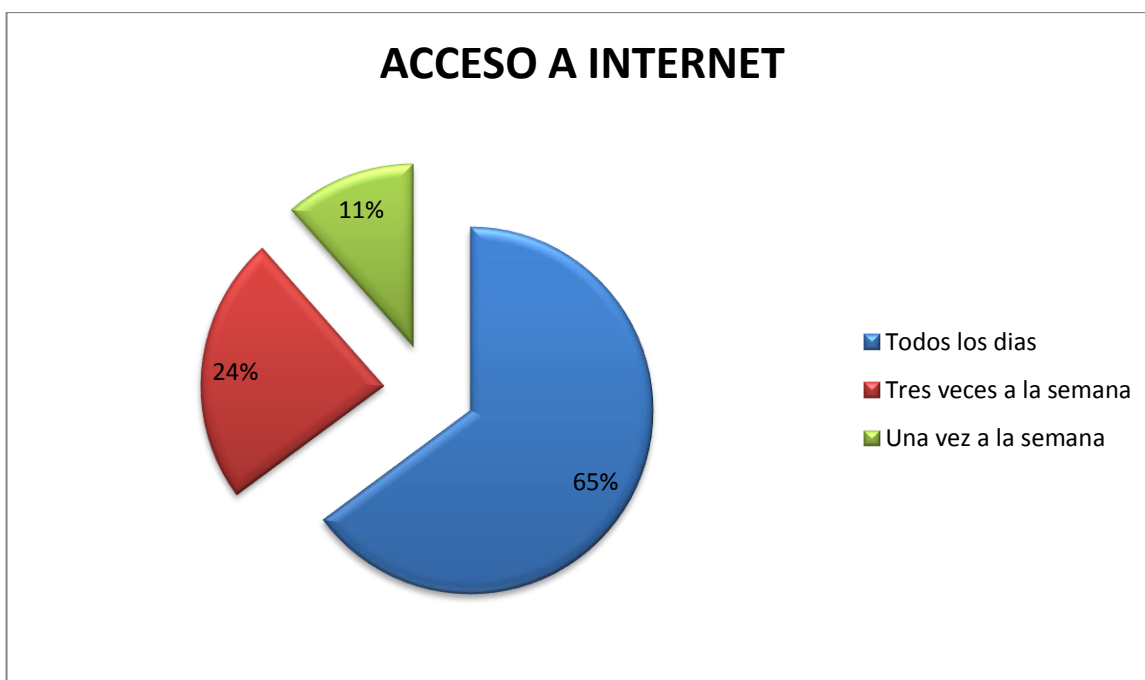
⁶ <http://www.distrogeek.com/2010/12/historia-del-internet-en-ecuador/>



1.2.2 Uso, frecuencia y acceso a Internet

Mediante un sondeo del 2004 realizado por la Superintendencia de Telecomunicaciones, (SUPERTEL), se determinó la frecuencia de uso, equipos que se utiliza para su acceso, velocidad de conexión, tiempo que usan el servicio, costos, clase de usuarios de Internet, entre otros.

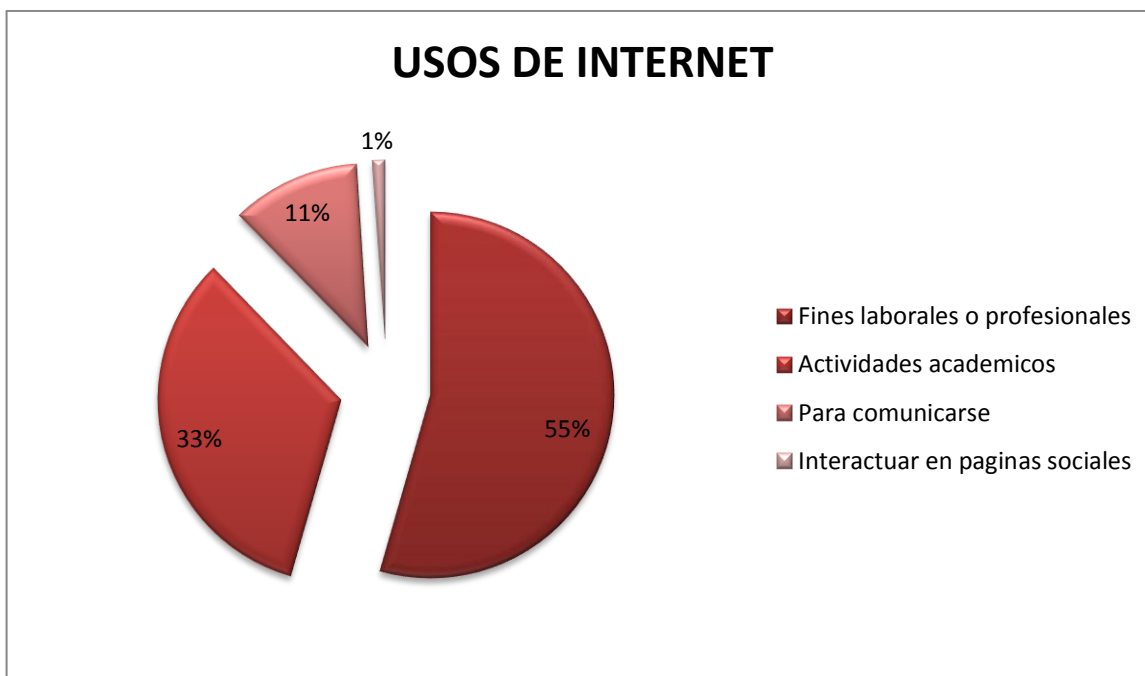
"El sondeo se realizó a 435 usuarios de las siguientes provincias: Azuay, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Manabí, Morona Santiago, Pichincha, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora. Los estudios determinaron los siguientes datos:



FUENTE: <http://www.flacso.org.ec/docs/usuariosinternet>

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

Con relación a los equipos que se utiliza para la conexión el 86% de los encuestados manifestaron que usan un computador fijo para conectarse a internet; el porcentaje restante dijo que emplea un computador portátil.



FUENTE: <http://www.flacso.org.ec/docs/usosinternet>

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

Por su parte, el 43% manifestó que utilizan el servicio al día entre una y dos horas, el 20% entre dos a cuatro horas, el 16% entre cuatro y ocho horas, el 12% de media hora a una hora y el 9% menos de 15 minutos"⁷.

Según estudios realizados en el año 2007 sobre calidad y costos del internet en Ecuador, existía un promedio de 1.3 millones de ecuatorianos que se conecta a internet, de acuerdo a la tendencia estadística presentada en dicho estudio, el porcentaje a la actualidad se habrá incrementado, adicionalmente a esto debemos considerar que no se toma en cuenta el acceso a internet de oficinistas durante horas de trabajo y el reciente incremento exponencial de los dispositivos móviles con acceso a internet que hacen que el número de

⁷ <http://www.flacso.org.ec/docs/usosinternet>



personas con acceso a leer y publicar información en la web sea mucho más alto.⁸

“Con el fin de incrementar aún más y uso y acceso a Internet en el país, en octubre del 2010 El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) y la empresa Ecuagnet-Megadatos firmaron un contrato para implementar un proyecto piloto y proveer acceso a Internet de banda ancha a instituciones educativas en áreas rurales y urbano marginales de ocho provincias del Ecuador. La inversión es de 53.388 dólares y el proyecto se ejecutará en 25 establecimientos educativos de Cuenca, Guamote, Quito, Guayaquil, Manta, Joya de los Sachas, Imbabura y Ambato”⁹.

1.2.3 Historia del Internet en Cuenca

En el caso de Cuenca, Internet aparece por primera vez 1998 mediante una asociación entre la compañía IMPSATEL del Ecuador (que proveía los enlaces) y la Empresa pública de Telecomunicaciones, Agua potable y Alcantarillado, ETAPA. En sus inicios la conexión a Internet se la realizaba con el servicio Dial up, es decir a través del uso de la línea telefónica.

En julio del 2006 ETAPA ofrece a sus usuarios el servicio de banda ancha que permite transmitir información con mayor rapidez y velocidad. Lo cual incremento el uso de Internet en el cantón Cuenca.

Por tal razón en el 2007 se crean la zona Wifi (red local inalámbrica que permite el acceso a internet de forma gratuita, siempre y cuando se encuentre en el área de cobertura), este servicio se encuentra en las principales plazoletas y parque de la ciudad, sector del Barranco, predios de las universidades, en el aeropuerto, en el Mall del río, entre otros sectores de la ciudad.

⁸ <http://checkfacebook.com/>

⁹ www.telesemana.com/web3.0/blog/2010/10/14/mintel-y-ecuanet-llevaran-acceso-a-internet-a-instituciones-educativas-rurales/



En el 2010 se expande el Internet inalámbrico de banda ancha fijo y móvil a todo el cantón, incluidas las 21 parroquias rurales, sus respectivas juntas parroquiales y bibliotecas rurales municipales.

Con el fin de masificar el uso y acceso a Internet "en octubre del 2010 se suscribió el convenio tripartido entre el Ministerio de Educación, la Municipalidad de Cuenca y ETAPA para la implementación del piloto una laptop por niño y docente del cantón, el propósito del proyecto es mejorar la enseñanza y aprendizaje de los niños del cantón de 17 escuelas y dotar de banda ancha y zona Wifi a dichas escuelas"¹⁰

Según estadísticas de ETAPA en el 2011 el número de usuarios es de 22.000, es decir la penetración de Internet en el cantón Cuenca es de aproximadamente del 7 por ciento.

Actualmente la empresa prevé ejecutar el proyecto Internet portátil, este servicio funcionara mediante un dispositivo que el usuario deberá instalar en el puerto USB de la computadora. El servicio principalmente será para los 18.000 usuarios de la red fija.

1.3 Historia de los periódicos digitales: elmorlaco.com, Ciudadanía Informada y la comunidad virtual cuencanos.com

"Con las nuevas herramientas digitales se ha pasado de la lectura de noticias en papel, a interactuar y participar de la información en tiempo real, accediendo a las noticias cuando los hechos están sucediendo"¹¹

El desarrollo tecnológico, la evolución y utilización de las herramientas multimedia, el uso de nuevas técnicas comunicativas (chats, foros, Facebook, entre otras), han originado la creación de nuevos medios de comunicación y

¹⁰ <http://www.etapa.com>

¹¹ Lo mejor de Chasqui, revista Latinoamericana de comunicación, "periodismo digital", colección 21, CIESPAL.



modelos de periodismo, es así como nacen a nivel mundial y local los periódicos digitales o cibermedios.

En el caso de nuestra ciudad Cuenca existen: elmorlaco.com, Ciudadanía informada y la comunidad virtual Cuencanos.com.

1.3.1 El morlaco.com

El morlaco.com fue fundado por el economista Juan Carlos González el 13 de noviembre del 2008, el mismo que nació como un espacio para el deporte Amateur y profesional convirtiéndose posteriormente en el primer periódico digital ecuatoriano dedicado exclusivamente a la cobertura de los principales deportes que se practican en nuestra ciudad, el país y el mundo. “Hasta antes de su aparición, solamente existían portales dedicados al fútbol y, en ciertos casos, complementados con algo de otros deportes pero no periódicos cien por ciento digitales.”¹²

Este periódico digital se centra en las noticias relacionadas con el fútbol y otros deportes ya sea de tipo Amateur como son: tenis, natación, escalada, motocross, entre otros., que se desarrollan en el Azuay y si en otras provincias se tiene la participación de cuencanos y azuayos, elmorlaco.com transmite esa información.

Además este cibermedios se enfoca en el campeonato nacional de fútbol de la serie A – B, e internacional, dándole prioridad a la información relacionada con el Deportivo Cuenca, Deportivo Azogues y al Club Deportivo Municipal de Cañar.

“También incluye la actividad que cumplen los ecuatorianos en el fútbol extranjero, además cuenta con secciones especiales sobre Copa Libertadores de América, Champions League y las ligas de Italia, España, Inglaterra, Brasil,

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Periodico_El_Morlaco_Digital



Argentina, México, etc. El Morlaco Digital dedica un espacio a la Fórmula 1 y a otros deportes”.¹³

Toda esta información es actual y a su vez complementada con imágenes estáticas, imágenes en movimiento, videos, audio, foros, encuestas, cartelera de eventos deportivos, tabla de posiciones de la serie A – B, links a otras páginas relacionadas con la información y a redes sociales como: Facebook y Twitter. Es decir la información transmitida por este medio digital se complementa con recurso multimedia, lo cual permite a los periodistas enriquecer sus artículos periodísticos e interactuar con los lectores o cibernautas.

El morlaco está conformado por doce personas, entre ellas el gerente, jefe de redacción, ventas, periodistas y director tecnológico.

1.3.2 Ciudadanía Informada

Ciudadanía informada es lo contrario de elmorlaco.com, pues la información que difunde este periódico digital es a nivel nacional con respecto a la política, judicial, elecciones, ciudadanía y Latinoamérica, todo ellos basado en el interés ciudadano.

Este periódico nació en Quito en septiembre del 2004 con el auspicio de la Corporación Participación Ciudadana, no obstante este medio de comunicación digital mantiene una línea ideológica libre de influencias políticas y económicas de esta manera jerarquiza la información que cada periodista entrega al medio, sin menos preciar el trabajo de los mismos.

Por otra parte, “el portal y el diseño de este medio ofrecen varias ventajas tecnológicas a los ciberlectores tales como: mayor interactividad, multimedia

¹³ [http:// el morlaco.com.ec](http://elmorlaco.com.ec)



(audios, fotos, videos), mejor despliegue informativo, especiales periodísticos”, entre otras.¹⁴

A más de ser un periódico digital los miembros de Ciudadanía Informada han desarrollado eventos de capacitación con periodistas del país de temas relacionados a la Libertad de Expresión, Acceso a la Información, Periodismo Político y Periodismo Digital. Además realizó un seminario internacional en donde participaron periodistas de Colombia, España, Estados Unidos y Londres, es decir se ha convertido en un referente para el desarrollo del periodismo digital a nivel nacional.

Por ser un periódico de Quito cuenta con corresponsales en Azuay, Guayas, Imbabura, Manabí y Pichincha. En el Azuay sus colaboradores son: Lenin Riera y Marcela Rengel, quienes cubren los hechos y acontecimientos que surgen día a día en nuestra ciudad. Poniendo a disposición espacios para que los lectores comenten cada una de las noticias, de esta manera se convierten cibernautas activos, ya que comparten información y criterios personales con miembros de diversas redes virtuales.

“A partir del 7 de agosto de 2006, el periódico electrónico “Ciudadanía Informada” puso a disposición de sus lectores dentro y fuera del país un nuevo diseño, que privilegia la comunicación con el lector y la agilidad en la entrega de información periodística”.¹⁵

1.3.3 Cuencanos.com

La comunidad virtual www.cuencanos.com nació en octubre de 1988 el creador de este espacio es el ingeniero Enrique Rodas Tapia. El objetivo de esta comunidad al principio era crear una interacción social entre jóvenes

¹⁴ <http://ecuadorprensalibre.com/?p=1550>

¹⁵ <http://www.ciudadaniainformada.com>



cuencanos con el pasar del tiempo cambió su formato ya que su creador vio la necesidad de implementar secciones que generen ingresos para el mantenimiento de la misma.

www.cuencanos.com hoy en día es un sitio informativo de la ciudad con referencia a los clasificados, directorio de empresas, directorio de profesionales, entre otros. Sin embargo, cuenta también con una sección de noticias y se practica el fotoperiodismo.

Además se puede encontrar una galería de fotos de sus miembros, información de compras públicas, lugares turísticos, noticias locales y nacionales, entre otras.

A pesar que esta página fue creada como un espacio para el ocio de los jóvenes cuencanos, en la actualidad esta red se convirtió en un lugar en donde las personas pueden anunciar la prestación de sus servicios a través de sus diferentes empresas con un solo click.

1.4 Concepto de Periodismo

Al hablar de periodismo nos referimos a la actividad de preguntar, escribir o relatar un hecho noticioso en un medio de comunicación pero esto no basta ya que hacer periodismo responsable es dudar, escuchar, interpretar, percibir y sentir la información que recibimos de nuestro alrededor.

La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión, dicha información es difundida por medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo gráfico, la prensa escrita, el periodismo radiofónico, el audiovisual (mediante televisión y el cine) y el periodismo digital o multimedia.



Toda la información que adquiere un periodista lo realiza en el lugar de los hechos, como dice el periodista polaco, Ryszard Kapuscinski, los otros son los que nos dirigen, nos dan sus opiniones, interpretan para nosotros el mundo que intentamos comprender y describir. Esto nos quiere decir que un periodista es la persona que tiene bajo su responsabilidad de investigar un tema antes de informar a los demás ya que no se puede explicar una realidad sin comprenderla.

“Ese sentido de responsabilidad es el que obliga al periodista a ir más allá de la presentación escueta de los hechos y a averiguar y a presentar, los antecedentes, el contexto y las consecuencias del hecho noticioso”¹⁶

Hacer periodismo es también tomar las historias como si fueran nuestras porque estas dejan de ser ajenas en el momento en que nos “entrometemos” – a veces sin permiso- en la cotidianidad de varias personas que quieren contar lo sucedido.

“El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él”¹⁷.

1.5 Conceptos de Periodismo Online, On-line, Periodismo digital; Periodismo en línea; Periodismo multimedia y ciberperiodismo

Con la aparición del Internet en la sociedad han surgido nuevos medios de comunicación como son los periódicos digitales pero ¿Cómo se le llama a esta nueva forma de hacer periodismo? Para respondernos a esto analizaremos algunos conceptos que son y han sido utilizados hasta hoy.

¹⁶ Restrepo Javier Darío y Herrán María Teresa; “Ética para periodistas”, Grupo Editorial Norma, 2005, Bogotá

¹⁷ www.wikipedia.com



1.5.1 Periodismo Online u On-line

La denominación periodismo Online es tomada de una expresión inglesa “online journalism” que traducida al español es “periodismo en línea”. Si bien esta expresión recoge una característica esencial del nuevo periodismo al subrayar el uso de las redes interactivas, resulta inapropiado el término online (estadounidense) u on line (británico) porque no ofrece una solución lingüística satisfactoria.

Además se lo denomina Online porque se le utiliza para nombrar a algo que está conectado o alguien que está haciendo uso de una red que generalmente es el Internet.

”Este término se le ha considerado como el más popular en el mundo anglosajón y lo atestiguan manuales de referencia internacional como las de Hall (2001), de Wolk (2002) y Ward (2002). Probablemente por este influjo, la expresión ha sido importada por algunos autores hispanos como Cabrera (2000), Veloso (2001) y Palomo Torres (2004)”¹⁸.

1.5.2 Periodismo digital

En las últimas décadas, se ha extendido el uso de la denominación de “periodismo digital” para caracterizar y definir la comunicación informativa que aprovecha de un modo u otro las nuevas tecnologías. Pero hay que recordar que este término fue utilizado en primera instancia en la comunicación informativa impresa que utilizaba en buena parte del proceso de fabricación del producto con tecnología digital.

Por tal motivo, es necesario diferenciar del uso de este término en el mundo del periodismo convencional con el periodismo propiamente digital. En el periodismo convencional la introducción de la informática facilita las labores

¹⁸ Salaverría Ramón, editorial Universidad de Navarra, S.A; Pamplona 2005, pág 16



porque agiliza el tiempo, permite mejorar la calidad y cantidad de los productos informativos y adelanta los horarios de cierre.

En cambio, en el periodismo digital se implica nuevas formas de informar con diferencia al periodismo convencional porque son de carácter multimedia, es decir, se puede combinar texto, sonido, imagen y video, es por eso que la información es interactiva y permiten una escritura y lectura no lineal.

Por todo lo dicho anteriormente, en la década de los noventa los medios informativos tradicionales abren sus websites para ofrecer información en la web convirtiéndose así parte del periodismo digital.

Por último, esta expresión ha contribuido la consolidación del Congreso Nacional de Periodismo Digital (<http://www.congresoperiodismo.com>) que, desde 2000, reúne a buena parte de los periodistas españoles que trabajan en publicaciones digitales, así como a investigadores universitarios sobre la materia.

1.5.3 Periodismo en red

El concepto clave del periodismo en Red es el hipertexto, es decir, el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas. El hipertexto se advierte como el elemento sustancial del periodismo en Red, porque a través de él el lector tiene la posibilidad de profundizar un tema hasta donde prefiera.

“El enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos o bien mediante recursos infográficos (mapas, recreaciones virtuales, etc.) o audiovisuales (declaraciones, videos, etc.). En definitiva, el hipertexto pone por primera vez en manos del lector – no del periodista- la posibilidad de ampliar hasta donde



desee la contextualización documental de cada información y, al mismo tiempo, le libera de leer pasajes documentales indeseados que ralentizan y oscurecen la lectura”.¹⁹

1.5.4 Periodismo multimedia

El periodismo multimedia alude a una de las características expresivas del nuevo periodismo, la de combinar códigos textuales y audiovisuales. Sin embargo, olvida otras no menos esenciales como la hipertextualidad y la interactividad.

Como sabemos un periódico es también multimedia ya que combina textos con imágenes estáticas y la televisión combina imágenes en movimiento y sonidos, es por eso que este término no está bien utilizado para la web ya que esta alcanza la multimedialidad suprema al combinar como se dijo anteriormente texto, imágenes estáticas y dinámicas, videos y sonidos.

1.5.5 Ciberperiodismo

El ciberperiodismo es un término que provoca cierta extrañeza. Sin embargo, por precisión, concisión y respeto a la lengua española, es la opción más acertada para denominar a esta nueva forma de hacer periodismo.

“Para comprobar la Real Academia Española (RAE) en su edición del 2001 admite precisamente los términos “ciberespacio y cibernauta”, además da entrada al prefijo ciber como elemento compositivo propio del español.

Con todas estas mimbres lingüísticas, no parece en absoluto descabellado ni contrario al espíritu de la lengua española añadir el prefijo ciber a la palabra periodismo y dar por tanto la bienvenida al neologismo ciberperiodismo”.²⁰

¹⁹ MURAD, M (2001): “El hipertexto, base para reconfigurar la actividad periodística”. En Sala de prensa, N° 34, agosto (www.saladeprensa.org.)



1.6 La educomunicación de los cibernautas

La aparición de nuevos medios de comunicación como es el Internet en nuestra sociedad ha permitido que la educación tenga unos nuevos desafíos por enfrentar. Uno de estos desafíos es la aparición de la digitalización y el permanente uso de la web, permitiendo que las comunicaciones entre las personas y la cultura se modifiquen dando paso a la educomunicación.

Por educomunicación se entiende un nuevo campo de intervención cultural y social autónomo, cuyo núcleo constitutivo es la relación transversal entre educación y comunicación. Es un campo nunca definido, sino en permanente construcción, en cuanto influenciado por el continuo proceso de cambio social e innovación tecnológica.

“Ismar de Oliveira Soares ha realizado numerosas investigaciones sobre la relación educación-comunicación y ha creado un verdadero movimiento en torno a esta

temática, que tiene su epicentro en América Latina. El punto de partida ha sido el constatar que la comunicación es la variable determinante de la postmodernidad. Su influencia en todos los sectores de la sociedad: económico, político, cultural, educativo, de gestión administrativa... no necesita demostración. Las redes y dinámicas relacionales han provocado nuevos modos de pensar, vivir, actuar y decidir”²¹.

Es por eso, que la educomunicación o pedagogía de la información, surge con el inicio de los medios de comunicación de masas y su finalidad es enseñar a interpretar las informaciones que nos dan estos medios. Además son "plataformas pedagógicas que desarrollan un pensamiento crítico frente a los

²⁰ SALAVERRIA Ramón, Redacción periodística en Internet, Editorial Universidad de Navarra, S.A. Pamplona, pág 20

²¹ http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php



mensajes de los medios con un previo distanciamiento emocional ante la visión del mundo expuesta por ellos. Es decir, es la técnica que invita al ciudadano a conocer los nuevos medios de comunicación, cómo actúan, qué persiguen, qué crean, a saber criticar y opinar con argumentos, a distinguir entre lo que es verdaderamente información y lo que es propaganda, a saber interpretar sus contenidos y analizarlos.”²²

En este modelo de educación los periodistas se convierten en educomunicadores, es decir profesionales de la comunicación que mediante sus artículos permiten a los lectores a ser críticos y opinar sobre lo expuesto, a través de los foros y chats, dando paso así a la comunicación educativa y el conocimiento construido que deriva las interacciones con otras personas, especialmente con sus propios pares, pero también con todos los demás componentes del ambiente educativo, inclusive el contexto mediático. En este sentido no existe un receptor sino un co-constructor que participa activamente, que privilegia el sentido y su elaboración, la colaboración y reciprocidad, que tiene un cúmulo de "concepciones preexistentes" tomadas también de los medios y de la navegación en Internet.

Por tal motivo, la educomunicación propicia la creación de ecosistemas comunicativos de calidad, promueve una pedagogía de ambiente, e impulsa la formación sociopolítica, tan necesaria para la construcción de sistema mundial más justo y solidario.

²² <http://naveducando.blogspot.com/2010/02/pedagogia-de-la-informacion.html>



CAPITULO II

2. HERRAMIENTAS Y GÉNEROS UTILIZADOS POR LOS PERIODISTAS DE LOS TRES MEDIOS DIGITALES DE CUENCA.

Hoy en día existen diversas formas de estructurar y enriquecer los artículos periodísticos, pues los soportes digitales y las herramientas multimedia que oferta Internet permiten la integración total de la información (texto, audio, video, sonido, imágenes estáticas, en movimiento), por ende los contenidos son más interactivos y de fácil acceso para los lectores.

Es así como nace el periodismo multimedia caracterizado principalmente por “el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, NTIC, las mismas que agrupan los elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones” ²³

Esto lo podemos constatar en los tres medios digitales de Cuenca: www.cuencanos.com, www.ciudadaniainformada.com, www.elmorlaco.com.

2.1 HERRAMIENTAS DIGITALES UTILIZADAS POR LOS PERIODISTAS DE LOS TRES MEDIOS DIGITALES.

Actualmente la producción de la información digital cuenta con una gran variedad de herramientas multimedia que facilitan el trabajo a los ciberperiodistas, entre ellas encontramos: las páginas web, las páginas sociales, los buscadores, las etiquetas, entre otras.

2.1.1 Las páginas web: "son un documento electrónico adaptado para la World Wide Web. Su principal característica son los hipervínculos de una

²³ [http:// es.wikipedia.org/tecnologías de información/](http://es.wikipedia.org/tecnologías%20de%20información/)



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

página y están compuestas principalmente por información (solo texto o módulos multimedia) así como por hiperenlaces"²⁴

En el caso de elmorlaco.com las páginas web se utilizan para conocer la información internacional y nacional del deporte, por tal motivo visitan las páginas oficiales de diferentes países: en el ámbito del fútbol en México (www.femexfut.org.mx) ver gráfico, Colombia (www.colfutbol.org; www.comebol.com); en Venezuela (www.federacionvenezolanadefutbol.org) y en Ecuador (www.ecuafutbol.org) y otras páginas como por ejemplo: www.fifa.com, www.futbolinmediato.com, www.eluniverso.com y www.elcomercio.com. En el tenis (www.atpworldtour.com); en la fórmula uno (www.f1.com); en moto gp (www.motogp.com) entre otras.

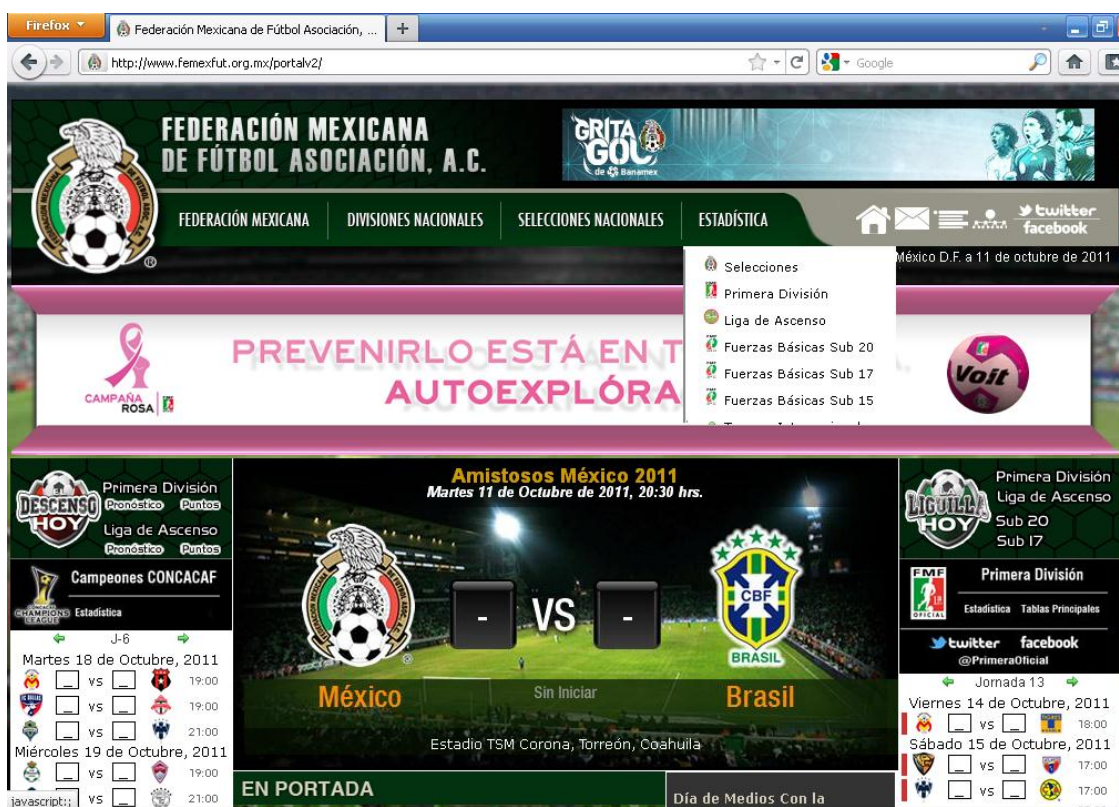


Imagen tomada de www.femexfut.org.mx

²⁴ http://es.wikipedia.org/páginas_web/



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De la misma manera en el periódico electrónico Ciudadanía Informada las páginas web depende del tema de la cobertura, es decir si se habla de política las páginas a consultar pueden ser de la Función Legislativa o de la Corte

Superior de Justicia y si se habla de temas de cultura se puede consultar en las páginas de la Casa de la Cultura o el Ministerio de Cultura.

Según Marcela Rengel, corresponsal del Azuay las páginas web sirven para ampliar la información, contextualizar datos y permiten a los lectores a investigar más sobre los temas publicados, es por eso que los periodistas las revisan previamente para saber si la información que se encuentra en dichas páginas pueden ser fuente de consulta y servir como elementos informativos a los lectores.

Para ser más exacto en un artículo publicado en www.ciudadaniainformada.com el 16 de septiembre de 2011 con el titular “UNE estará pendiente a la repuesta de la Ministra de Educación”, se puede observar los links a páginas del Ministerio de Educación, www.educacion.gob.ec, y de la Asamblea Nacional, www.asambleanacional.gob.ec, ver gráfico, las mismas que contextualizan la información y dan más elementos informativos a los lectores.





UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por último, en la comunidad virtual cuencanos.com las páginas más visitadas son: en el ámbito deportivo www.futbolinmediato.com, en el ámbito cultural y turístico la www.nationalgeographic.com, ver gráfico, www.cnn.espanol.cnn.com y dentro de esta la página virtual latinos www.edition.cnn.com/LATINAMERICA. Es decir, cada medio digital tiene sus páginas que revisan frecuentemente según el tema a tratar.

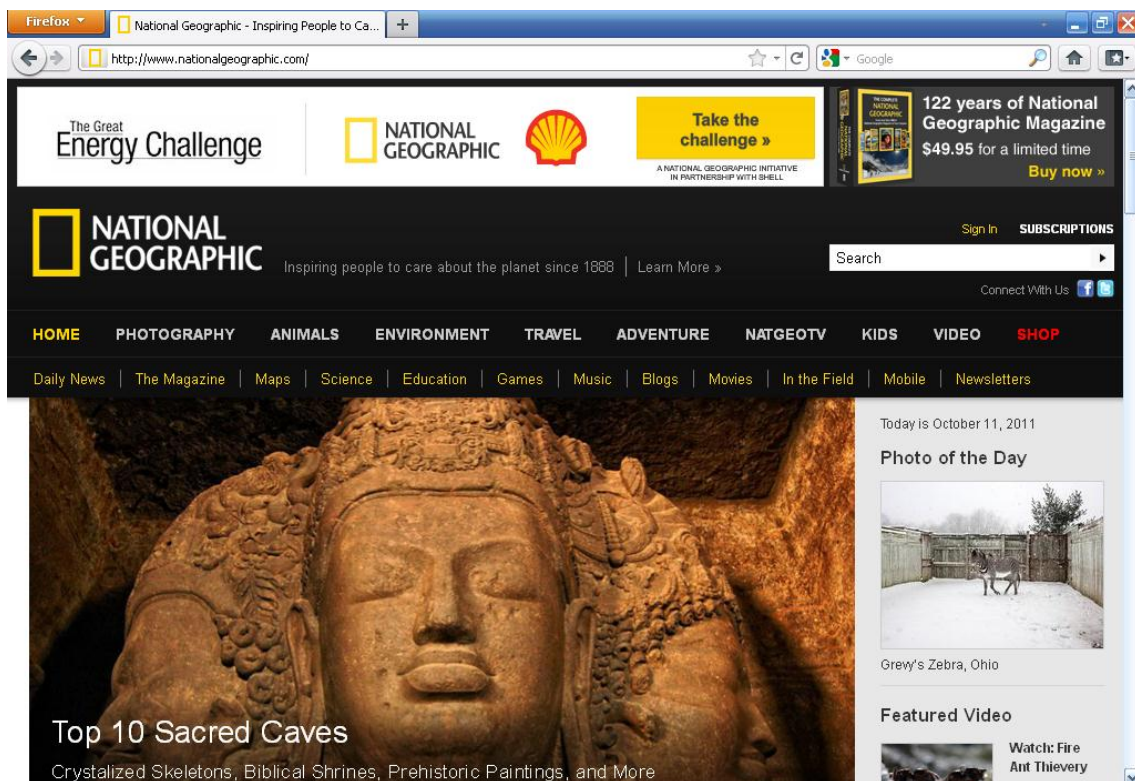


Imagen tomada de www.nationalgeographic.com

Se estima que "por cada millón de páginas web visibles hay otras 500 o 550 millones ocultas que contienen información alrededor de unos 100.000 sitios y el 90% suele ofertar información pública y gratuita".²⁵

²⁵ <http://www.internetinvisible.com/ii/index.php?option?=com>.



2.1.2 Los Buscadores: en la red un buscador es una página web gratuita que se utiliza para consultar una base de datos en la cual se relaciona direcciones de páginas web con su contenido. "El que destaca es Google, con tres millones de páginas indexadas, que equivalen a la mayor base de datos de la red"²⁶

Los ciberperiodistas de los periódicos digitales elmorlaco.com, ciudadanía informada y la comunidad virtual cuencanos.com coinciden en el uso del buscador Google, ver gráfico, debido a que la misma cuenta con millones de páginas indexadas que les permite clasificar y organizar la información según su contenido.



Imagen tomada de www.google.com.ec

Además, Google les permite suscribirse a periódicos internacionales esto nos comenta Cinthya Calle, periodista de elmorlaco.com que a través de Google Reader se suscribió a Terra Deportes, ESPN, EL MUNDO, entre otras.

²⁶ NEUS Arques, "Aprender comunicación digital", Editorial Paidós, Barcelona - España, 2006, págs. 49, 50, 51, 52, 53.



2.1.3 Las etiquetas: permiten clarificar y clasificar la información presentada, además identifican páginas dentro de una web, secciones dentro de una página y párrafos dentro de una misma sección. Las etiquetas tienen la función de buscar, explicar y resumir los contenidos de un sitio web o periódico digital.

En el caso de elmorlaco.com las etiquetas más utilizadas son: futbol internacional, componente ecuatoriano CRA, deporte ecuatoriano, Deportivo Cuenca, válida, amateur, entre otras. Las etiquetas varían de acuerdo al tema a tratar y si es una noticia importante tendrá máximo cinco etiquetas y si es una nota superficial dos etiquetas.

En el periódico digital ciudadanía informada las etiquetas depende del lugar de donde se origina la información, por ejemplo: si el tema se origina en Cuenca y tiene relación con la Justicia las etiquetas serán: Cuenca, Judicial, Azuay, Justicia, Consejo Transitorio, Asamblea Nacional, entre otros. La cantidad de etiquetas en una nota por lo general es de siete.

En cambio, en la comunidad virtual cuencanos.com las etiquetas más utilizadas son: Cuenca, Expreso actual, Patrimonio Cultural, Iglesias y Cultura.

2.1.4 ¿FACEBOOK Y TWITTER PÁGINAS SOCIALES O HERRAMIENTAS DIGITALES?

Las páginas sociales son vínculos comunicativos entre niños, jóvenes, adultos y profesionales, que tienen como finalidad la interacción en tiempo real de varios grupos o comunidades virtuales, a través del chat, emails, foros, blogs, mensajes, etc.

De esta manera las redes sociales se caracterizan por focalizar grupos sociales objetivos que comparten los mismos intereses y temáticas en la red, así, pues, existen varias páginas tales como: MySpace, Hi5, Ning, Flixer, Sonico, Youtube, Last.com, LinkedIn, Facebook y Twitter, estas dos últimas siendo las más utilizadas por la gran mayoría de cibernautas y en especial por



los periodistas, entonces ¿será que hoy en día Facebook y Twitter pueden ser considerados como herramientas periodísticas digitales?

Según Julio Calle, periodista de cuencanos.com las páginas sociales como el Facebook y el Twitter son muy importantes no sólo dentro del ciberperiodismo sino también en el ámbito empresarial ya que si hoy en día no se tiene una de éstas dos páginas no está en nada.

Es por eso, que considera que estás dos páginas si son unas herramientas digitales porque a través de ellas se puede informar en un segundo de lo que pasa en nuestra ciudad o en el mundo entero y además utilizar la misma para publicitar la página en la cual trabaja.

Con esto concuerda Jorge Barros, periodista elmorlaco.com que utiliza el facebook y el twitter para publicar noticias importantes con su respectivo enlace y así lograr que los cibernautas visiten la página de elmorlaco.

Sin embargo, para él el twitter es el que más utiliza por la inmediatez del mismo ya que a través de su celular puede dar a conocer la información sin que sea necesario llegar a su lugar de trabajo.

Pero ¿Qué opinan algunos periodistas de los medios impresos de nuestra ciudad? Según Javier Tamba, periodista del diario “EL TIEMPO” opina que el Facebook y el twitter si son unas nuevas herramientas más para el desarrollo del periodismo ya sea digital o tradicional. Sin embargo, el dice que si se trabaja en un medio impreso no es recomendable dar la información a través del twitter antes de que la noticia ya haya sido publicada porque por ejemplo: en el caso de tener datos oficiales de que el alcalde Paúl Granda va a renunciar y esto se publique en el twitter al siguiente día los medios impresos y otros medios de comunicación van a ampliar la información entonces el Diario “EL TIEMPO” ya no tendría la primicia.

Todo lo contrario opina Olga España, periodista del diario El Mercurio ya que mediante el twitter ella puede dar a conocer a través de 154 caracteres que



permite esta herramienta la información más esencial de la noticia y posteriormente ampliarla en la publicación del impreso. Además, considera que gracias a esta nueva herramienta puede contactarse con los funcionarios públicos para conseguir una entrevista.

Por otro lado, el twitter ofrece diversas aplicaciones que permiten desde buscar noticias o eventos hasta encontrar trabajo, pero también existen infinidad de aplicaciones online basados en Twitter que amplían sus posibilidades y para todos los Sistemas Operativos. Algunas de las aplicaciones de Twitter son: SearchTwitter, TwitPic, Twitter Job Search o Twitmail. Otras aplicaciones conocidas basadas en Twitter son: The twitter Updater, Twitterrific, Twitterfox o Twitterlicious".²⁷

Es así como estas redes sociales según los periodistas de www.elmorlaco.com, www.ciudadaniainformada.com y la comunidad virtual www.cuencanos.com son consideradas unas nuevas herramientas para desarrollar el ciberperiodismo.

2.2 Conceptos de Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad

El nuevo periodismo o ciberperiodismo como se lo conoce tiene nuevas características que el periodista debe tener en cuenta en el momento de redactar, éstas características se las conoce como la Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad.

2.2.1 Hipertextualidad

“La hipertextualidad en el diccionario de la Real Academia Española (RAE) no existe, sin embargo esta se deriva del hipertexto que es un documento que se construye enlazando distintas piezas textuales o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital”²⁸.

²⁷ <http://www.masadelante.com/faqs/twitter>

²⁸ Salaverría Ramón, “Redacción periodística en internet”, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona 2005, pág. 30



Podemos definir entonces que la hipertextualidad es la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí, es decir, de un texto podemos irnos hacia otro y otro texto permitiendo que los cibernautas obtengan información hasta donde ellos crean necesario.

La forma más habitual de hipertexto son los hipervínculos que aparecen en el texto de una forma diferente ya sea con otro tipo de letra, color o subrayado. Cuando el cibernauta selecciona uno de estos hipervínculos se va directamente al documento enlazado que puede ser un texto, audio o video o simplemente un documento multimedia.

Por lo tanto, los hipervínculos son enlaces de un texto en una misma página web, a otras páginas webs, a ficheros o imágenes que ofrecen otra información del tema en otro soporte digital a otras noticias o a otros medios digitales, por lo general éstos se presentan subrayados, con otro color y tipo de letra.

"Los enlaces o links nos dan la posibilidad de ofrecer la información de distintas maneras, de ordenar la lectura en distintos recorridos, y dan al usuario la posibilidad de explorar un aspecto concreto de la información sin tener que leer detalladamente todo el texto"²⁹

En definitiva, el hipertexto es una de las formas de la hipermedia, enfocada en diseñar, escribir y redactar texto multimedia.

2.2.2 Multimedialidad

La Multimedialidad es la capacidad de combinar texto, audio, imágenes y videos en un solo documento, es decir, la multimedialidad permite al periodista "integrar en un solo mensaje por lo menos dos elementos, cualesquiera, de los

²⁹ NEUS Arques, "Aprender comunicación digital", Editorial Paidós, Barcelona - España, 2006, pag.27.



cinco sentidos –vista, oído, tacto, olfato y gusto- con lo que los seres humanos percibimos la realidad”.³⁰

Debemos tener presente que se le considera multimedia solo el hecho de estar controlado por un ordenador ya que la televisión y la prensa son multimedia por cuanto combinan elementos gráficos y sonoros en el primer caso, y textuales y gráficos en el segundo.

Es decir, la multimedialidad es posible solo con ordenadores los mismos que le permiten al periodista combinar cualquiera de los elementos mencionados anteriormente en un hipertexto y en el destino permite que el destinatario o cibernauta consuma esos elementos de manera sucesiva o incluso simultánea.

2.2.3 Interactividad

A la interactividad se la entiende como a la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio, es decir, cuando el lector puede elegir por sí mismo el itinerario hipertextual, navegando de noticia en noticia a través de los enlaces ya se considera una experiencia interactiva.

“La interactividad en los cibermedios puede alcanzar grados de mayor riqueza y complejidad”³¹ esto se da porque el cibernauta puede adquirir más información y completar lo que le hacía falta con la interacción con el propio periodista que escribió una noticia o dialogar con algún entrevistado.

También se puede considerar una interactividad compleja el hecho de que el lector mantiene con el archivo de un cibermedio, en este caso no existe el diálogo pero si existen documentos específicos de lo que se requiere.

³⁰ Salaverría Ramón,

³¹ Salaverría Ramón, “Redacción periodística en internet”, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona 2005, pág. 30



A la interactividad se la puede clasificar según el objeto y el sujeto y la capacidad de manipulación que tiene sobre éstos, por tal motivo, existen cuatro grados de interactividad:

- Interactividad de transmisión.- permite activar o cancelar una emisión, la misma que se produce en medios como la televisión multicanal, en la que el televidente sólo tiene la opción de elegir un canal o desecharlo.
- Interactividad de consulta.- Además de aceptar o cancelar una emisión, puede elegir un menú de posibilidades.
- Interactividad conversacional.- permite al lector en convertirse no sólo en receptor sino también en emisor de mensajes para otros destinatarios. Por ejemplo: el correo electrónico.
- Interactividad de registro.- es cuando los cibermedios exigen un registro o suscripción a sus lectores.

2.3 REDACCIÓN Y CONTENIDOS EN LOS MEDIOS DIGITALES.

Uno de los elementos principales en el periodismo es la forma de transmitir los hechos, de hacer que los artículos se conviertan en puertas para descubrir cosas nuevas que suceden en el mundo, es así que la redacción constituye un pilar fundamental en el proceso de informar, pero ¿aún se mantiene los modelos de redacción tradicional y a su vez los contenidos en el periodismo digital?

Si bien es cierto una de las características de la redacción periodística es el tratamiento que se da a la noticia, sin importar en el medio que ésta sea difundida, (prensa, radio y televisión o la web), es decir la forma en cómo el periodista transmite lo que observa, escucha, lee o ve a diario no se altere, porque mantiene los parámetros de veracidad, imparcialidad y objetividad, pero en la web las cibernoticias poseen sus propias características.

En el caso de elmorlaco.com, Ciudadanía Informada y la Comunidad Virtual Cuencanos.com, se basan en una redacción más condensadas con el fin de



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ofrecer al lector párrafos más cortos, precisos e informativos y a la vez las noticias se complementan con audio, sonidos, videos, imágenes estáticas y en movimiento.

Según Marcela Rengel, corresponsal de Ciudadanía Informada, considera que la redacción digital no se diferencia de la impresa, ya que las dos se basan en la claridad, brevedad, concisión al momento de transmitir un hecho, lo que ocurre es que la redacción impresa se adapta y se complementa en internet a través de las herramientas multimedia y tecnológicas.

Sin embargo, Julio Calle periodista de cuencanos.com está en total desacuerdo que la redacción impresa se adapte a la web sino por el contrario opina que a través de las herramientas multimedia ya no es necesario presentar la noticia o la información de la misma forma que en el impreso sino más bien se puede presentar en un video como lo hace en el medio en cual trabaja. Ver gráfico.

http://www.cuencanos.com/noticias/detalle-noticia.php?id_Noticia=10359

noticias **Cuencanos**.com

CUENCANOS.COM CON LA SELECCIÓN

Esta noticia ha sido visitada 24 veces

¡NUEVO! Comparte esta noticia en Facebook, MySpace, Twitter y más...

correspondiente al 2011-10-06

La foto oficial de la Selección Ecuatoriana de Fútbol se efectuó la mañana de este jueves. La cita con los jugadores se efectuó en la Casa de La Selección en Quito. Cuencanos.com estuvo presente.

Ver detalles Video Noticia:

Video de la Noticia Cuencanos.com con la Selección

Tomada del Sitio Web:

Artículo escrito por:
Julio Calle

Imagen tomada de www.cuencanos.com

Pero si comparamos la noticia o crónica que se presenta en cuencanos.com con la página digital del diario El Mercurio o el diario El Tiempo nos damos



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

cuenta que estos medios de comunicación acoplan la información que está en el impreso para la web.

Por ejemplo: en una publicación del diario El Mercurio de 11 de octubre de 2011 “Banco rechaza versión del canciller” podemos observar que la noticia en la página digital de este medio está tal y cual como aparece en el impreso.

La siguiente nota contiene una parte de la noticia publicada por el diario EL MERCURIO.

Banco rechaza versión del canciller

Quito.- (AFP) – La filial española del banco Pichincha de Ecuador rechazó ayer cuestionamientos del gobierno de este país a sus operaciones de compra de créditos vencidos de migrantes ecuatorianos en España, según un comunicado, difundido en Quito.

“Rechazamos las expresiones inoportunas del señor Ricardo Patiño – más aún tratándose del canciller del Ecuador -, quien traslada afuera del país sus propias antipatías”, señaló el Banco Pichincha España en su declaración...

En la página digital podemos observar así:



Imagen tomada de www.elmercurio.com.ec

Por su parte, Jorge Barros, periodista de elmorlaco.com opina que la redacción para un medio impreso es muy diferente que en la web ya que en un medio digital la información es inmediata pero sin dejar a un lado la veracidad de la misma. Sin embargo, al momento de revisar la página de elmorlaco.com nos encontramos con un texto largo, con una fotografía, tabla de posiciones y sin videos en algunos casos como lo observamos en una publicación del 12 de octubre de 2011. Ver gráfico.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ELMORLACO.COM
PRIMER PERIÓDICO DEPORTIVO DIGITAL

1'000.000
DE PÁGINAS VISITADAS

Cuenca, Ecuador | Miércoles, 12 de Octubre de 2011 | 10H11 (GMT-5)

Inicio

Fútbol

Locales

Formula1

Tenis

Otros Deportes

XVI Juegos Panamericanos

Sociales

Contactos

Últimas Noticias:

Compartir:

Ecuador ganó y ofreció alegría a su hinchada en Estados Unidos



La selección ecuatoriana de fútbol se reafirma en su buen momento con triunfo de 1 a 0 sobre Estados Unidos en partido amistoso de este martes. Las acciones se efectuaron en el estadio Red Bull de Nueva Jersey.

Jaime Ayovi fue el autor de la única anotación del partido y a favor de los sudamericanos. El delantero lo puso de cabeza a los 79 minutos.

El gol fue el premio por la actuación ecuatoriana, que se mostró superior a la de su rival. Fueron varias las oportunidades desperdiciadas por la ofensiva visitante.

Nuevamente el aporte del internacional Antonio Valencia estuvo para dar brillo a sus compañeros en el área. Pero no sólo por su lado derecho se dieron los avances tricolores, pues la otra banda también fue visitada con opciones de romper redes.

De los estadounidenses se rescata el trabajo de Danny Williams que fue el de mayor ímpetu, pero que con sus individualidades no llegó a acoplarse en un juego de conjunto de su plantilla.

Este es el quinto partido ganado consecutivamente bajo la dirección del colombiano Reinaldo Rueda. Se cuenta al oficial por Eliminatorias Sudamericanas con marcador de 2 a 0 sobre Venezuela. Los otros tres enfrentamientos fueron contra Costa Rica (2) y Jamaica.

El plantel patrio aprovechó su fecha libre para visitar a EE.UU y reencontrarse con la hinchada en el país del Norte. Así con la victoria ofreció alegría a los miles de seguidores que se dieron cita en el estadio.

TABLA DE POSICIONES

Equipo	PTS	GD
1 Uruguay	4	2
2 Argentina	3	2
3 Ecuador	3	2
4 Colombia	3	1
5 Perú	3	0
6 Chile	3	-1
7 Venezuela	3	-1
8 Paraguay	1	-2
9 Bolivia	0	-2

>> Ver Más

CARTELERA DE EVENTOS

Local	Nacional	Internacional
Octubre 13		
20:00	Semifinal Copa Prefectura ecuvoley nacional.	
Octubre 14		
20:00	Final Copa Prefectura ecuvoley nacional.	
Octubre 15		
09:00	Final Copa Provincial de MTB	

RESULTADOS ANTERIORES

Local	Visitante
Venezuela	1 vs 0 Argentina
Chile	4 vs 2 Perú
Paraguay	1 vs 1 Uruguay
Bolivia	1 vs 2 Colombia

20:11 11/10/2011

INGRESA TU COMENTARIOS

Nombre:

Email:

* Su dirección de e-mail no será publicada.

Comentario:

Su Anuncio Aquí

Inf: 2881552

Imagen tomada de www.elmorlaco.com.ec

Por otro lado, en los periódicos digitales podemos apreciar dos tipos de información: de **actualidad** que comprenden las noticias o relatos de hechos sobresalientes, y la información que se genera mediante los **comentarios** de los lectores a través de las redes sociales como Twitter y Facebook.

Por tal motivo, los cibernautas pueden ser partícipes activos en el proceso de la elaboración de la información gracias a los comentarios generándose así la interactividad, la misma que se define como el proceso de intercambio, de

- 44 -

Autores: Patricia Arpi
Digna Romero



diálogo entre los ciberperiodistas y ciberlectores y se da mediante los artículos, foros, encuestas, páginas sociales, etc.

Además, la redacción de las cibernoticias se fundamenta en tres elementos, **el hipertexto**, que permite a los periodistas agrupar varias páginas que ofrecen información de un mismo tema por medio de los enlaces o hipervínculos, **la multimedia** que integra texto, audio, sonido, imágenes, videos en una misma noticia, y **la actualización de la información** que permite contextualizar los hechos de forma constante. Por tal razón las cibernoticias tienen la peculiaridad de ser instantáneas, universales, hipertextuales, multimedias e interactivas.

2.3.1 ESTRUCTURA DE LAS NOTICIAS

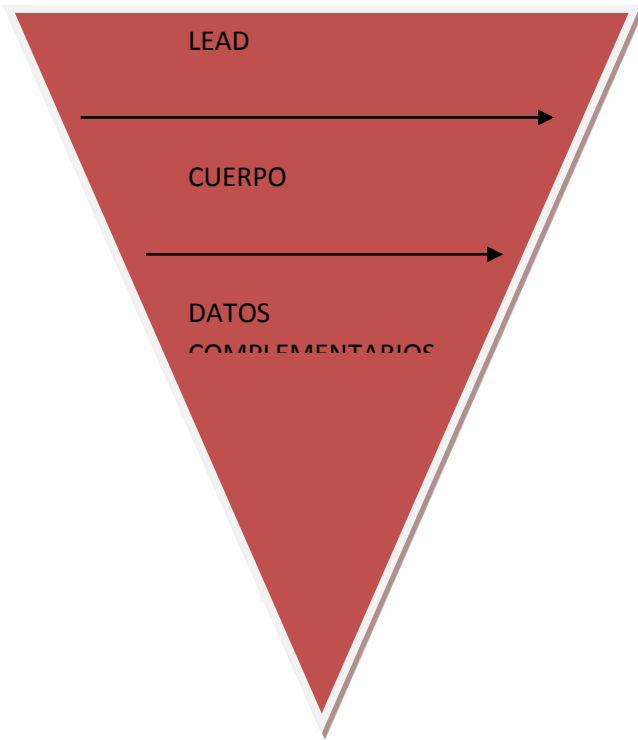
Al igual que en los medios tradicionales las noticias digitales se construyen a partir de las cinco W (dónde, cuándo, cómo, quién y por qué), de la jerarquización de la información, del uso de la pirámide invertida, de la investigación periodística, de la contribución de los ciberlectores, y del uso de los recursos literarios y tecnológicos. Por ende toda cibernoticias se estructura de la siguiente manera: titular, una ventana, un lead, el cuerpo y las citas:

Título: sirve de entrada, de introducción al tema, estos deben ser claros, concisos y sintéticos. Además poseen la función de anticipar datos sobre la información del artículo e incentivar o motivar a la lectura del mismo.

Los títulos se clasifican en: creativo e informativo.

- **Creativos:** son utilizados cuando en la misma nota existen antetítulos, subtítulos, entradillas y fotos que ayudan a interpretar el significado real del titular.
- **Informativos:** sirven para dar mayor énfasis al contenido.

Pirámide Invertida: el uso de este modelo de escritura periodística en la red, se contrapone, por un lado se dice que es innecesario aferrarse al mismo porque en los primeros párrafos se da a conocer la importancia de las noticias,



resultando poco necesarios el resto de líneas, pues el lector ya tendrá la suficiente información “ esta estructura narrativa justifica la utilidad de un relato narrado siguiendo un orden decreciente de importancia porque de ese modo se consigue informar desde las primeras líneas, si al receptor le interesa seguirá leyendo el resto, sino desechará la información”³², y por el otro es de gran utilidad pues, a los usuarios les permite simplificar la lectura de las noticias y al ciberperiodista le facilita el trabajo en la elaboración de la información.

Según la periodista española Pilar Diezhandino existen cuatro razones para continuar con el uso de la pirámide invertida en la redacción digital: facilita la lectura, satisface la curiosidad, facilita la composición y facilita escribir el titular.³³

Lead: se utiliza para sintetizar la información a través de las cinco w destacando aspectos importantes y atractivos de las noticias. “en la redacción de las noticias en la red el primer párrafo suele responder a la formulación del tradicional lead de sumario, interesa que los elementos fundamentales de la

³² Juan Cantavella, José Francisco Serrano, Redacción para periodistas: informar e interpretar, Editorial Ariel, Barcelona – España, 2004, pág. 105.

³³ Juan Cantavella, José Francisco Serrano, Redacción para periodistas: informar e interpretar, Editorial Ariel, Barcelona – España, 2004, pág. 169.



información queden fijados en la mente del receptor desde los primeros párrafos.”³⁴

Cuerpo: es el desarrollo de la información, el texto puede ser combinado con otros elementos como: fotografías, infografía, video, sonidos, audio, etc. “hoy día es posible elaborar recursos textuales o visuales en el cuerpo que sean enlaces, bien a informaciones relacionadas, a recursos multimedia o a informaciones de referencia.”³⁵

Citas y fuentes: son utilizadas para dar mayor credibilidad a la información difundida por los medios de comunicación.

Pie de foto: es un texto corto que sirve para explicar una fotografía, transmite dos aspectos: la calidad artística y la calidad informativa. Además la fotografía periodística es un lenguaje icónico que difunde noticias o las complementa y su formato debe ser 410 px por 250 px., en el caso de realizar una galería o carrusel fotográfico se debería utilizar el formato 410 px. Por 310 px.

También, en la redacción digital se debe considerar otro aspecto como **la arquitectura de la información**, que se refiere al diseño, organización, etiquetado, navegación y sistemas de búsqueda, que facilitan a los ciberlectores a gestionar y encontrar la información en la red, que se almacena en las hemerotecas de los periódicos.

En relación a la estructura de la información, elmorlaco.com difunde noticias con títulos informativos y enganchadores que cautivan al lector, el cuerpo de la nota mantiene el uso de la pirámide invertida, su lenguaje periodístico es culto y coloquial, las notas tienen como mínimo seis párrafos en el caso de haber más de seis se debe utilizar un inter-título, pues el texto se vuelve poco interesante y su lectura aburrida, no utilizan comas entre sujeto y verbo, usan más de dos citas textuales para dar mayor credibilidad a la información.

³⁴ Idém pág. 101.

³⁵ Javier Díaz Noci, Ramón Salaverría Aliaga, Manual de Redacción ciberperiodística, Editorial Ariel, Barcelona - España, 2003, pag. 204



En Ciudadanía Informada los títulos son breves y cautivadores, sus noticias contienen de cinco a seis párrafos, es decir alrededor de 2.000 caracteres, con subrayados de los hechos de mayor relevancia dentro de la información, además de hipervínculos, imágenes, audios, encuestas, cifras, etc.

En el caso de la comunidad virtual Cuencanos.com la noticia se presenta con texto corto y el resto de la información en un video.

2.3.1.1 LOS CONTENIDOS EN LOS CIBERMEDIOS

La elaboración de los contenidos nace a partir de las necesidades de los lectores, la jerarquización, clase de información y de la combinación de la tecnología con la creatividad del periodista para presentarlos en la red.

Los contenidos o informaciones digitales deben ser creativos, interactivos, atractivos, hipertextuales, multimedia que permitan a los usuarios el acceso a varias fuentes y a su vez a la interacción entre periodistas y lectores.

"El lenguaje HTML (Lenguaje de Marcado de Hipertexto) ha permitido establecer un nuevo modelo en el que una página web no se piensa solo para representar gráficamente un contenido, sino para ordenar, enviar y organizar la interacción entre el usuario, el editor y las máquinas de distribución web del cibermedio."³⁶

Los contenidos en los medios digitales se clasifican en:

- **"Contenidos de información:** se basan en informaciones noticiosas de aspectos sociales, culturales, deportivos, además de opiniones editoriales y de comentarios de los ciberlectores.
- **Contenidos interactivos o relacionales:** hacen referencia a la interacción que se da entre los ciberlectores por medio de los foros,

³⁶ Javier Díaz Noci, Ramón Salaverría Aliaga, Manual de Redacción ciberperiodística, Editorial Ariel, Barcelona - España, 2003, pág. 196



chats y encuestas, pues facilitan la comunicación entre los lectores y los periodistas.

- **Contenidos de entretenimiento:** son espacios creados para el ocio, con el fin de satisfacer las necesidades de diversión de los usuarios.
- **Contenidos de Servicios:** son informaciones de carácter utilitario que sirven al ciberlector para conocer el clima, páginas amarillas, sitios de la ciudad, etc.
- **Contenidos de infomediación:** sirven para buscar otros contenidos en la red o localizar información dentro del mismo medio, por lo que ofrecen a los usuarios listados y enlaces."³⁷

En relación a los medios digitales Morlaco.com, Ciudadanía informada y la comunidad virtual Cuencanos.com, sus contenidos están determinados por la agenda que utiliza cada medio, en la cual se determina las temáticas, títulos, ejes, responsables, soportes digitales, recursos literarios y multimedia, es así como el Morlaco.com está estructurado con noticias deportivas relacionadas al deporte profesional, nacional e internacional y al amateur, ver gráfico1, Ciudadanía informada con información del ámbito político, judicial, electoral, ciudadano y Latinoamericano, ver gráfico 2 y Cuencanos.Com transmite información deportiva, cultural y turística pues recordemos que la prioridad de esta comunidad son los anuncios publicitarios de prestación de servicios o venta de algún producto. Ver gráfico 3.

Gráfico 1

³⁷ Javier Díaz Noci, Ramón Salaverría Aliaga, Manual de Redacción ciberperiodística, Editorial Ariel, Barcelona - España, 2003, págs. 276, 277, 278.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Imagen tomada en www.elmorlaco.com

Gráfico 2



Imagen tomada de www.ciudadaniainformada.com

Gráfico 3

- 50 -

Autores: Patricia Arpi
Digna Romero



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

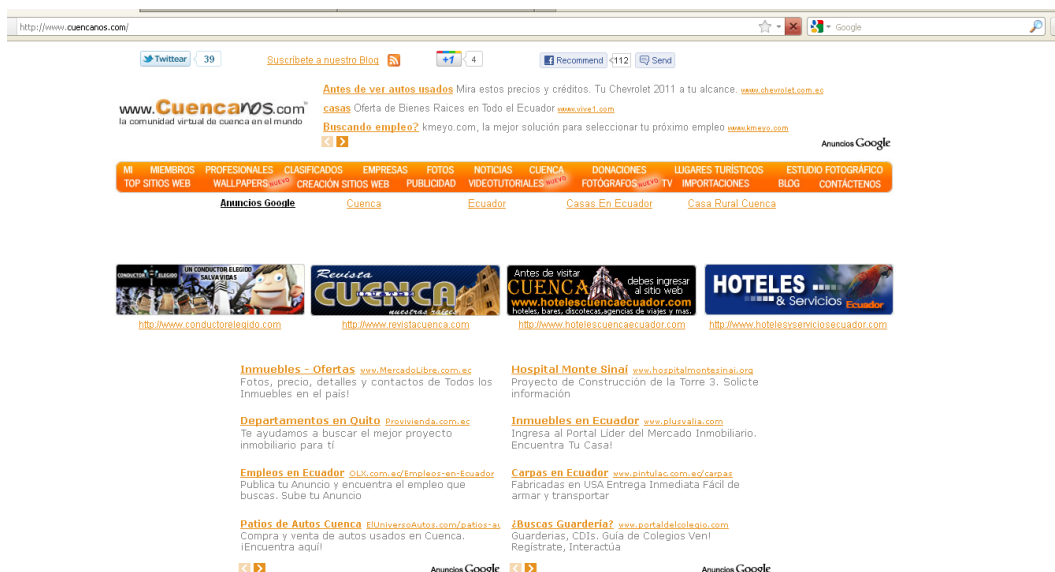


Imagen tomada de www.cuencanos.com

2.4 Géneros periodísticos utilizados en la web

La nueva plataforma de comunicación conocida como el Internet ofrece al ciberperiodista nuevas posibilidades en el momento de escribir, sin embargo cualquier mensaje periodístico será un fracaso si el ciberperiodista no puede aprovechar bien de los géneros periodísticos ya que la redacción o presentación de cada uno de ellos es diferente para la web.

Según Natividad Abril, la propia práctica periodística nos enseña cada día que no es posible entender los géneros periodísticos como textos rígidos o estancos, como estructuras encerradas en su misma definición o clasificación, es decir, los géneros periodísticos tienen cambios en el momento de redactar para los diferentes medios de comunicación.

Es por eso que Diaz Noci y Salaverría (2003) “proponen una categorización que se acerca bastante al estado actual del periodismo en línea (llamado por ellos ciberperiodismo) y que formula una tipología que divide los géneros ciberperiodísticos en informativos, interpretativos, dialógicos y argumentativos (estos autores hacen siempre la salvedad de las difusas fronteras entre unos y otros). Además, incorpora la Infografía Digital o lo que también se conoce como



“Gráfico Interactivo” como un género aparte”³⁸. El siguiente esquema describe a qué tipo de práctica periodística corresponde cada uno de ellos:

Géneros ciberperiodísticos (<i>Díaz Noci y Salaverría, 2003</i>)	
Géneros Informativos	• La Noticia
Géneros Interpretativos	• Reportaje • Crónica - Weblog
Géneros Dialógicos	• Entrevista • Foro o Debate • Chat • Encuesta
Géneros Argumentativos	• Editorial, Comentario, Columna
Infografía	• Infografías individuales • Infografías colectivas

³⁸ <http://carlosarcila.com/periodismoenlinea/newsmaking16.htm>



2.4.1 La noticia

Este género periodístico es uno de los más utilizados en el mundo del periodismo ya que no hay periodismo sin noticias, por lo tanto en la web o en los cibermedios se mantiene ese protagonismo.

Las noticias publicadas en los cibermedios compiten con la inmediatez de la televisión e incluso con la radio, ya que los mismos no se ven limitados por una pauta horaria, es decir, las noticias se publican en cuanto llegan a la redacción o incluso mientras estos ocurren como es el caso de un encuentro deportivo, electoral, entre otros.

Si nos detenemos a comparar con los medios impresos nos damos cuenta que en los diarios tienen un tiempo considerable para redactar sus noticias antes del cierre las mismas que serán puestas a la venta al siguiente día, mientras que en los periódicos digitales se publican en ese mismo momento.

Así pues, “la noticia sigue siendo un género clave en los cibermedios, pero sus características textuales se ven condicionadas, y en algunos casos incluso modificadas, por su nuevo contexto digital”³⁹. Las características lingüísticas principales del ciberespacio afectan del siguiente modo al género de la noticia:

- Hipertextualidad.- el periodista puede aportar rápidamente contexto informativo a una noticia de última hora, sin necesidad de incluir todas esas referencias en el texto principal gracias a la hipertextualidad.
- Multimedialidad.- a este se le considera como un ingrediente muy relevante para las noticias de última hora, es decir, a más de presentar un relato escrito se puede incluir un sonido radiofónico o retransmisión de televisión.

³⁹ Salaverría Ramón, “Redacción periodística en internet”, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona 2005, pág. 146



Otra característica que el ciberperiodista debe tener en cuenta al redactar una noticia es la temporalidad ya que la información que da puede ser leída de manera simultánea o puede encontrarse con husos horarios distintos, es decir, se debe obviar los términos hoy, ayer, mañana, esta tarde o esta noche porque para un cibernauta lo que es hoy para otro puede ser ayer y así sucesivamente.

Pero los tres medios investigados como son elmorlaco.com, ciudadaniainformada.com y cuencanos.com no cumplen con esta regla al momento de difundir la información ya que en algunas noticias observamos que siguen utilizando esos términos.

En el caso de la página digital del diario El Tiempo igualmente la temporalidad se mantiene ya que las noticias que ahí se publican son igual que en el impreso. Como una publicación del 11 de octubre de 2011 titulada “Cierre de parterres en circunvalación” se puede observar que utilizan “la semana anterior”.

Ver

gráfico



Imagen tomada de www.eltiempo.com.ec



Como vemos el género de la noticia tiene unos pequeños cambios en el mundo de la web, pero ¿Cuáles son esos rasgos formales del género de la noticia en los periódicos digitales?

- Título enlace.- la mayoría de los periódicos digitales recurren a los títulos no solo para destacar la información más relevante sino también se utiliza como un enlace que permite desplegar el texto de la información en un nodo secundario, esto permite obviar la palabra “más información, leer, noticia” que se colocaba anteriormente abajo del título.
- Datación exhaustiva.- en la noticia de los periódicos digitales como se dijo anteriormente se necesita obviar algunos términos respecto a la temporalidad entonces se ven obligados a colocar la fecha, la hora y minuto de publicación de la información.
- Fragmentación hipertextual.- en los medios digitales es común ver que en la página principal se encuentre varios títulos enlaces de las noticias que presenta el medio, los mismos que los llevará hacia un nodo diferente con la información requerida a esta se le denomina fragmentación hipertextual.
- Párrafo de enganche.- este párrafo hace referencia a una breve información con los datos más relevantes de la noticia que acompañan al título enlace o simplemente a los títulos publicados en los cibermedios.
- Enlaces documentales.- en una noticia siempre se presenta datos importantes que pueden ser nombres de algún personaje, una fecha histórica, entre otras, es por eso que los ciberperiodistas en vez de colocar toda esa información dentro del texto acuden a realizar un enlace para que los cibernautas revisen esos datos si desean. La información que ahí se proporciona es parte de noticias o informaciones que el cibermedio ha publicado anteriormente.



2.4.2 El reportaje

Al reportaje se le considera como complementario de otros géneros periodísticos como es la noticia ya que en este se pretende analizar los procesos, las causas y las consecuencias de los acontecimientos de actualidad.

Por tal motivo, el reportaje ofrece a los periódicos digitales o a los cibermedios grandes posibilidades como es el hecho de presentar toda la información a través de mensajes multimedia. Si comparamos un reportaje realizado por un medio impreso con un reportaje de un cibermedio nos daremos cuenta que en el medio impreso, el texto del reportaje se beneficia de las fotografías y gráficos; en cambio en los cibermedios aprovechan toda la gama de contenidos multimedia desde las galerías fotográficas hasta videos, pasando por gráficos interactivos y grabaciones sonoras.

Otra posibilidad que ofrece el reportaje es la interactividad porque a través de él se puede crear un gancho para la creación de un foro o un debate ya que a diferencia de la noticia este puede permanecer por varios días en la portada del cibermedio.

Además en los periódicos digitales el reportaje se pueden clasificar en dos clases: el reportaje especial o también conocido como el dossier documental y el reportaje multimedia.

- **Reportaje especial.-** denominado también dossier documental el mismo que consiste en la acumulación de información de artículos de la hemeroteca sobre algún asunto informativo de interés colectivo.
- **Reportaje multimedia.-** se caracteriza por aprovechar a fondo las posibilidades audiovisuales de la web, mediante el uso de fotografías, infografías interactivas, sonidos y videos.

En definitiva, el reportaje es el género que informa mejor que cualquier otro género, dada la cantidad de información que arroja. Además “forma al público,



puesto que ofrece una pieza de suficiente amplitud y rigor como para que los lectores consigan adquirir una visión de conjunto sobre un asunto importante de actualidad, y no sólo la información en un momento concreto”.⁴⁰

2.4.3 La crónica

Según el Libro de Estilo de Vocento la crónica es el relato de una historia de actualidad en la que la narración de los hechos se enriquece con el análisis, la interpretación y la visión profesional del periodista, por tal motivo una característica primordial de la crónica es el protagonismo del cronista como sujeto observador directo de los acontecimientos que relata.

La crónica dentro de los cibermedios cumplen con la misma función, sin embargo se pueden encontrar textos peculiares que comparten la denominación de crónica pero presentan características diferentes como es el caso de la crónica en directo y la crónica de última hora.

- **Crónica en directo.**- este tipo de crónicas prestan mayor protagonismo a lo informativo por lo que se utiliza en el momento mismo de la acción, es decir la narración se realiza de los acontecimientos en vivo. Por ejemplo: en un partido de fútbol el ciberperiodista puede narrar desde su asiento lo que pasa y las sensaciones que siente en ese momento, es por eso que para dar mayor realce a su texto utiliza palabras en mayúsculas, signos de exclamación, entre otras.
- **Crónica de última hora.**- las noticias de última hora o flash se han convertido en lo primordial de los periódicos digitales ya que los cibernautas al entrar a un cibermedio para enterarse de las últimas novedades están buscando este tipo de textos. Además este tipo de crónica se realiza con mayor rapidez en los cibermedios porque como sabemos no existe hora de cierre como es el caso de los medios impresos.

⁴⁰ Díaz Noci Javier y Salaverría Ramón, “Manual de Redacción Ciberperiodística”, Editorial Ariel, Barcelona, pág 452



Pero ¿Qué relación tiene la crónica con los weblogs? Se puede decir que los dos comparten algunos rasgos comunes como es la narración de algún acontecimiento o “una aproximación retórica similar, a medio camino entre lo informativo y lo interpretativo. Además, en los dos prima la mirada personal del escritor”.⁴¹

Los weblogs, blogs o bitácoras como se las conoce son publicaciones individuales o grupales en donde los autores publican notas, artículos, entre otros sin periodicidad en su blog, éstos pueden incluir enlaces, imágenes estáticas y en movimiento así como también otros contenidos multimedia.

Una característica de los weblogs es que el autor del mismo tiene un espacio para el comentario, es decir existe una participación o interactividad con los cibernautas al mismo tiempo el ciberperiodista o el autor del blog escribe su texto como diálogo. Por ejemplo: plantea preguntas para que los visitantes a su página tengan el interés de responder.

En definitiva, “los weblogs se caracterizan por comentar, más que informar, por ser más erráticos en su seguimiento de la información y por responder a los intereses personales del autor más que a las demandas del público”.⁴² En cambio, las crónicas como lo mencionamos anteriormente es el relato de una historia de actualidad con interés de informar.

2.4.4 La entrevista

La entrevista en el cibermedio cumple con la misma función que en el periodismo tradicional, es decir, se obtiene información a través de preguntas abiertas o cerradas que realiza el entrevistador al entrevistado. La diferencia que existe de la entrevista para un cibermedio es que esta puede presentarse de una forma multimedia e incluso hipertextual.

⁴¹ Salaverría Ramón, “Redacción periodística en internet”, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona 2005, pág. 157

⁴² Idém



Una entrevista de forma multimedia se da cuando se presenta no solo con texto sino también con sonido e imagen, con esto los cibernautas obtienen una información más completa porque hasta puede oír y ver al propio entrevistado; además el ciberperiodista puede aprovechar del hipertexto sobre determinadas palabras dichas por el entrevistado para que así puedan contextualizarlo si lo necesitan.

2.4.4.1 Charla o chat

Según Gumersindo Lafuente, director de El mundo.es, el chat se ha convertido casi en un nuevo género periodístico. A diferencia de la entrevista el chat se configura como un diálogo a tres bandas con tres tipos de interlocutores: periodistas, invitados, entrevistados y los cibernautas, estas posibilidades pueden ser combinatorias. Por ejemplo: “Puede haber diálogos con dos interlocutores entre periodistas y entrevistados aunque con preguntas sugeridas por los cibernautas, entrevistas entre periodistas y cibernautas, o entre cibernautas y entrevistados sin presencia expresa de los periodistas salvo para la selección de las preguntas”.⁴³

2.4.4.2 Foro

Al foro se le puede considerar un lugar de encuentro permanente para el debate. A él acuden los cibernautas que están interesados en dar sus opiniones con respecto al tema a debatir.

La diferencia entre la charla y el foro es la temporalidad ya que para que se produzca la charla se especifica el día y la hora, en cambio el foro se puede realizar a cualquier hora ya que este permanece por un cierto tiempo en la web.

La función que cumplen los periodistas dentro de los cibermedios con respecto al foro es que se limitan a cumplir labores de vigilancia, es decir, cuando los

⁴³ Salaverría Ramón, “Redacción periodística en internet”, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona 2005, pág. 159



debates se desmandan por términos o descalificaciones personales, el periodista trata de conducir al tema debatido.

2.4.4.3 La encuesta

Es común ver en los periódicos digitales una pregunta cerrada con respecto a un tema de interés colectivo para que los cibernautas respondan con si o no a ellas, esto permite a los cybermedios dar mayor protagonismo informativo ya que los resultados se presentan en forma de tabulación en el momento de la votación y permite que participen un gran número de cibernautas.

Las encuestas no deben estar desactualizadas para decirlo de una mejor manera los cyberperiodistas deben estar atentos a todo lo que suceda en su alrededor porque una pequeña oportunidad puede permitir plantear una nueva interrogante para el cyberlector.

Lo ideal sería que una pregunta de la encuesta permanezca en la portada del periódico digital no más de una semana.

2.4.5 Editorial

El editorial es uno de los géneros periodísticos que los cybermedios se han limitado en producir en mayor cantidad por las características personales que éstos implican. Sin embargo, existen articulistas que publican sus editoriales en los blogs en donde permiten que los cibernautas interactúen con sus opiniones.

Este género no aprovecha de la hipertextualidad y multimedialidad porque en él les basta la palabra para exponer y justificar sus argumentos.

Sin embargo, en algunos casos se puede encontrar enlaces hacia la propia biblioteca digital pero esto no quiere decir que el editorial o el artículo deje de ser un género cyberperiodístico.

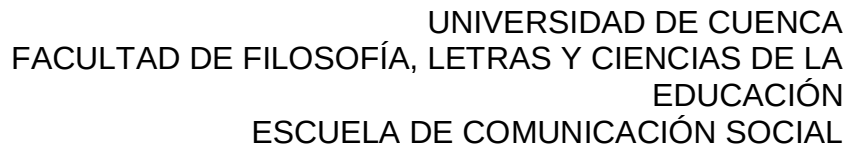


2.4.6 La infografía

La infografía es considerada como una aportación informativa que se elabora en las publicaciones digitales, pero también audiovisuales con el fin de complementar la información a través de elementos icónicos estáticos o en movimiento con una cierta cantidad de texto.

Muchas veces, “la infografía presenta de la mejor manera una información que difícilmente se podría entender de otra manera, como todo lo que implique una dimensión sucesiva en el tiempo y el espacio”.⁴⁴ Es decir, la infografía permite explicar cómo ocurrieron los hechos. Por ejemplo: en la página de CNN en México se observa una infografía con respecto al 11 de septiembre cuando chocaron los dos aviones en las torres gemelas. Ver gráfico

⁴⁴ Díaz Noci Javier y Salaverría Ramón, “Manual de Redacción Cibeperiodística”, Editorial Ariel, Barcelona, pág 558



Como vimos anteriormente en los cibermedios se utiliza diferentes géneros periodísticos que van desde la noticia hasta la infografía. Sin embargo, en los periódicos digitales www.elmorlaco.com, www.ciudadaniainformada.com y la comunidad virtual www.cuencanos.com de nuestra ciudad no se utiliza todos los géneros periodísticos.



2.5.1 www.elmorlaco.com

En el caso de www.elmorlaco.com el género más utilizado es la noticia ya que su prioridad es informar sobre hechos deportivos. Estas noticias son actualizadas diariamente y son de tipo local, nacional e internacional. Pero debemos tener presente que lo local tiene su protagonismo.

Dentro de la portada de este periódico digital encontramos diariamente diez noticias deportivas las mismas que son subidas en diferentes horarios pero si sucede algún hecho con mayor relevancia que una noticia que esté en la portada éste se la puede subir fácilmente ya que automáticamente la primera que estaba en la portada pasará al menú del periódico o al “carrusel” según como crea conveniente el ciberperiodista y la que recién se sube formará parte de la portada.

La redacción de las noticias mantienen la pirámide invertida, es decir, lo más importante en el primer párrafo contestando las 5 W (Qué, Quién, Cuándo, Cómo y Dónde) y el resto con información complementaria. La extensión de la noticia es máximo de seis párrafos cada uno con tres líneas. Puede contener enlaces a páginas del mismo medio o a páginas externas al medio ya que mantienen la cultura del enlace.

Elmorlaco.com no trabaja con infografías por falta de recursos económicos ya que todavía no cuentan con mucha publicidad y el periódico actualmente está sobreviviendo gracias al economista Juan Carlos González, director y creador de este medio digital.

Otro género utilizado por este medio digital es el reportaje que se publica cada quince días. Pero según la ingeniera Patricia Enríquez, jefe de redacción de www.elmorlaco.com muchas de las veces el “reportaje especial” como lo llaman no está constantemente actualizado por el tiempo de los ciberperiodistas ya que diariamente existe una cierta cantidad de noticias que cubrir sin dejar un



espacio para crear un reportaje con información de calidad. Es por eso, que en ocasiones el reportaje puede ser actualizado hasta más de un mes.

La redacción del reportaje depende de la creatividad del ciberperiodista y este contiene información con datos, fotos, audio y videos es decir, se trata de realizar un reportaje multimedia.

La entrevista multimedia, es otro género que utiliza este medio pero en ocasiones especiales. La característica de la entrevista es que es presentada a través de un video conjuntamente complementada con texto. El video dura aproximadamente un minuto y medio.

Por otro lado, la encuesta en este medio digital se la realiza cada semana en donde los cibernautas pueden dar su punto de vista de acuerdo a la pregunta planteada en muchos de los casos por el economista Juan Carlos González, Director de elmorlaco.com. La pregunta es cerrada, es decir los usuarios para responder tienen la opción de elegir el si o el no.

Otro de los géneros utilizados por elmorlaco.com es el artículo para eso cuentan con 4 personas que escriben para este medio los mismos que están conformados por médicos y psicólogos deportólogos ya que los temas a tratar son específicamente del deporte por el objetivo primordial del periódico que es informar los hechos deportivos de nuestra ciudad.

Los articulistas a través de sus páginas dentro del periódico pueden interactuar con sus ciberlectores gracias a los comentarios hechos por los mismos y en ocasiones éstos les permiten que se produzca un foro.

2.5.2 www.ciudadaniainformada.com

Los géneros periodísticos que priman en este periódico digital son la noticia, el reportaje, la crónica y la encuesta. Debemos tener en cuenta que este periódico digital es de Participación Ciudadana con su sede en Quito y con dos



corresponsales en cinco provincias como son: Azuay, Imbabura, Guayas, Manabí y Pichincha.

Cuando nació este periódico en el 2004 el objetivo primordial era vincular a los cibernautas a temas jurídicos por tal motivo las noticias por un año y medio se trató solo con temas políticos ahora se ha implementado una sección de ciudadanía en donde se trata temas de interés social.

Es por eso, que la noticia en este periódico digital se redacta de una forma “ambientada”, es decir no cumple con la pirámide invertida sino más bien se

cuenta una historia que contiene información, una contextualización, citas, se vuelve a la historia y se concluye con un fin.

Según Marcela Rengel, corresponsal de la provincia del Azuay este tipo de redacción permite acercar a sus ciberlectores a la problemática que se presenta en cada uno de los temas a tratar.

Las noticias son diariamente actualizadas, los corresponsales de cada provincia tienen el deber de publicar una noticia por día la misma que ha sido puesta a consideración los días lunes ante la coordinadora con sus posibles fuentes. Sin embargo, los temas coyunturales no se pueden poner dentro de la agenda, es por eso que si sucede un hecho con mayor relevancia se puede publicar sin ningún problema siempre y cuando la información sea verídica.

Los caracteres de una noticia es máximo de 2000 caracteres, donde cada párrafo tiene tres líneas y puede contener enlaces pero este medio digital más trabaja con el subrayado de lo más importante. Las noticias son de carácter multimedia pero no trabajan con infografías por falta de conocimiento de sus corresponsales.

Por otro lado, el reportaje es actualizado cada mes en donde contiene información recolectada de la biblioteca digital de hechos importantes, es decir, se da mayor profundidad a un tema.



Los reportajes son multimedia y pueden ser de cualquier provincia en donde se encuentren los corresponsales. Además contienen enlaces a páginas dentro del mismo periódico.

Como en el caso de elmorlaco.com también utilizan la encuesta la que es actualizada cada semana o en ocasiones cada quince días. Una vez que el ciberlector elige una opción sea el sí o el no aparece una tabulación de cómo van las votaciones.

Por otra parte, este medio digital utiliza la entrevista la misma que es presentada en los textos de cada noticia ya que específicamente no cuentan con un espacio para la presentación de las mismas.

2.5.3 www.cuencanos.com

En la comunidad virtual www.cuencanos.com la noticia tiene su espacio pero no el 100% ya que la prioridad de esta comunidad no es la de informar con hechos noticiosos sino es informar con respecto a clasificados empresariales, profesionales, entre otros.

Sin embargo las noticias que ahí se presentan son a través de una entrada y el resto con un video. Se debe tener presente que las noticias se redactan en casos especiales y éstas no se redactan con la pirámide invertida, es por eso que las mismas no son actualizadas diariamente.

Por lo tanto, el género más utilizado en este medio digital es la crónica conjuntamente con el reportaje. Según Julio Calle, periodista de este medio, la crónica y el reportaje le permite mostrar a los cibernautas de una mejor manera la información la misma que es presentada en un video de aproximadamente 15 minutos. En el video se puede apreciar todo lo acontecido ya sea en el ámbito deportivo, cultural o de farándula.

Las coberturas se realizan más a nivel internacional con el fin de mostrar cómo algunos cuencanos viven en algunos países y también dar a conocer lugares



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

turísticos que podrían visitar o simplemente dar a conocer a todos los cuencanos a través de la web, expresó el licenciado Julio Calle. En algunos reportajes hacen uso de la infografía.

Además, cuencanos.com trata de estar presente en los eventos deportivos más importantes a nivel local, nacional e internacional.

Otro género que utiliza cuencanos.com es el fotoreportaje, el mismo que tiene una cierta cantidad de fotografías y no es como la prensa que puede publicar en algunos casos solo hasta cinco fotos. El tamaño de las fotografía debe ser de 410 por 310 pixeles.

Como dijimos anteriormente cuencanos.com no se caracteriza por informar con hechos noticiosos sino por informar y dar apertura a todas las personas que quieran publicar algún anuncio sobre la prestación de un servicio o la venta o compra de un producto.



CAPITULO III

3. Evolución de los tres periódicos digitales de Cuenca

3.1 Organigrama de los tres medios digitales

En toda empresa existe una organización para determinar las jerarquías dentro de la misma. Los medios digitales no son la excepción ya que el personal que ahí trabaja se rige a las normas como si fuera un medio tradicional, es decir, tienen un gerente o administrador, departamentos de publicidad, técnico, entre otros.

Además un organigrama nos permite conocer cuantas personas trabajan en un medio, es por eso que revisaremos cómo ha ido cambiando el organigrama de www.elmorlaco.com, www.ciudadaniainformada.com y la comunidad virtual www.cuencanos.com, con el fin de conocer la evolución con respecto al personal de dichos medios y los cambios que se dieron por el ingreso de los mismos.

3.1.1 Organigrama de www.elmorlaco.com.ec

El morlaco.com es el primer periódico digital de nuestra ciudad, nació en el 2008 con su único objetivo de informar hechos deportivos de tipo local, nacional e internacional, como se dijo en capítulos anteriores fue creado por Juan Carlos González con la ayuda del personal de Creando Multimedia quienes diseñaron la página.

Este medio digital estuvo por seis meses de prueba en la web para lo cual contaban con un periodista quien se encargaba de subir sólo información internacional. Al pasar este tiempo y con la aceptación de los usuarios se implementó las noticias deportivas de ámbito local y nacional.

En el 2010 cuando el periódico cumplió dos años de estar en la web se puede decir que ya estaba consolidado como un nuevo medio de comunicación



porque ya contaban no solo con personal que hacía coberturas sino también porque se empezó a cuidar cada uno de los detalles en el momento de la redacción y la presentación de las noticias, explicó Patricia Enríquez⁴⁵, jefa de redacción de elmorlaco.com.

Actualmente, cuenta con siete secciones que son: Fútbol, Locales, Fórmula 1, Tennis, Otros Deportes, Deportes de la temporada y Sociales dentro de cada una de ellas podemos encontrar otras secciones que son parte de una base de datos de hasta 10.000 páginas que tiene el periódico.

El morlaco cuenta con 14 personas entre ellas el director, periodistas, publicistas y técnicos que logran mantener a este medio y subir diariamente en la portada de 12 hasta 15 noticias con datos, cuadros estadísticos, fotos y videos.

El último cambio que se dió en el morlaco fue la sectorización de la página, es decir, se implementaron las siglas “ec” en la dirección de la misma quedando así www.elmorlaco.com.ec; esto permite ubicar a el morlaco como una página especialmente de Ecuador y no como anteriormente se la ubicaba en el ranking a nivel mundial.

El organigrama que maneja este medio digital es lineal (los superiores reciben obediencia de sus respectivos subordinados) ya que se considera que nadie está por encima del otro.

⁴⁵ Entrevista realizada el 24 de octubre





3.1.2 Organigrama de www.ciudadaniainformada.com

Ciudadanía Informada es el primer periódico digital del Ecuador como se dijo en capítulos anteriores nació en septiembre del 2004 gracias a un proyecto auspiciado por Participación Ciudadana.

Este proyecto inició con cuatro personas entre ellas el director, subdirector, un técnico y un periodista que laboraban en Quito. A los dos años de estar en la web se propusieron incrementar corresponsalías en cinco ciudades del país que son en Azuay, Guayas, Imbabura, Manabí y Pichincha.

En cada corresponsalía existen dos periodistas que realizan una nota por día para el periódico digital, para eso se tomó en cuenta las cinco provincias con mayor población, dijo Pablo Villacis, director de ciudadanía informada.

La implementación de los corresponsales permitió que el periódico digital cambie su formato, es decir ya no solo se trataba temas jurídicos sino también se empezó a realizar temas de interés colectivo como la política, sucesos del diario vivir, hechos policiales, deportes, cultura, entre otros. Desde ese entonces nace la sección “ciudadanía, deportes, cultura y migrantes”. Anteriormente, solo contaban con la sección judicial, política e internacional.

Para dar una información con calidad como dice Villacis, los periodistas se capacitan tres veces al año ya sea en temas de video, audio, fotografía, redacción digital, entre otros, esto ha permitido el crecimiento de la página.

Actualmente, en este medio laboran doce personas bajo un organigrama lineal en el momento de escoger los contenidos del periódico pero en el caso administrativo se maneja según la jerarquía. Ciudadanía informada cubre 184 países entre los cuatro primeros está Ecuador, Estados Unidos, Colombia y España.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL





3.1.3 Organigrama de www.cuencanos.com

La comunidad virtual [cuencanos.com](http://www.cuencanos.com) fue creado por el ingeniero Enrique Rodas en el año de 1988, como fue una idea propia de Rodas el experimentó sólo siendo el mismo el gerente y el empleado.

Como era una página nueva en la web no era muy conocida por lo que al principio no me generó ingresos para poder contratar personal que me ayude en el mejoramiento y la mantención de la misma, dice Rodas.

En ese entonces antes de llamarse [cuencanos.com](http://www.cuencanos.com) la página se llamaba encontrandocuencanoseninternet.com la misma que contenía fotos de Cuenca, la historia y lo más importante que era un canal de chat que permitía a los cuencanos y otras personas intercambiar ideas y pensamientos.

Sin embargo, esto no generaba ingresos es por eso que hasta los ocho años de estar esta página en la web se mantuvo con el capital de Rodas. Por tal motivo, cambió el formato desde el nombre hasta el contenido para eso contrató a más personal aunque como dice Rodas fue un mal gasto ya que la mayoría de ellos no tenían los conocimientos suficientes para trabajar en un medio digital.

Desde ese entonces se llama [cuencanos.com](http://www.cuencanos.com) una página dedicada a la prestación de un servicio como es la publicación de clasificados, directorio de empresas y profesionales.

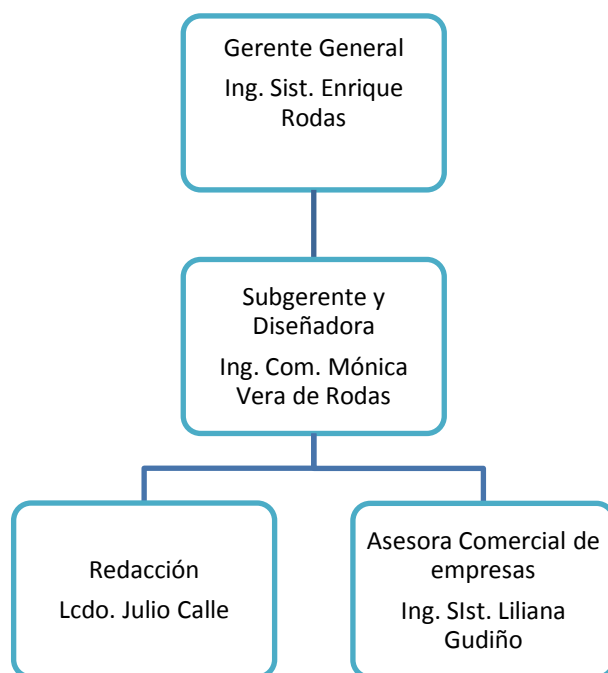
Cabe mencionar que se implementó una sección de miembros en donde los cuencanos pueden inscribirse y poder crear su propia página dentro de [cuencanos.com](http://www.cuencanos.com) y así anunciar lo que desee vender o comprar esto tienen un costo desde 5 hasta 15 dólares al mes.



Además, implementó páginas que no generan ganancias pero le favorece en las visitas, es decir tiene mayor cantidad de usuarios entre ellas están las noticias, lugares turísticos que se puede visitar y eventos que suceden en nuestra ciudad.

La cantidad máxima de personas que laboraban en este lugar son de doce pero actualmente trabaja con cuatro personas que son suficientes e indispensables para el desarrollo de ésta página web, indicó Rodas.

El organigrama es jerárquico (es una forma de organización basada en la autoridad de tal manera que cada miembro de la empresa sabe quiénes están por debajo de él y quiénes por encima) pero a la hora de tomar decisiones se convierte en lineal porque todos pueden dar a conocer su punto de vista. La página es visitada por ecuatorianos que residen en otros países y extranjeros que quieren informarse con respecto a hoteles, restaurantes y lugares que visitar. El organigrama que se viene manejando es:





Como podemos darnos cuenta de los tres medios digitales la mayor cantidad de personas que trabajan son de catorce en el caso de elmorlaco.com pero si comparamos con los medios impresos de nuestra ciudad como el Diario El Tiempo y el diario El Mercurio la cantidad de personas que trabajan es el triple o más por el hecho de que para realizar un periódico se necesita periodistas para las diferentes secciones, diseñadores para las páginas que van con color o sin color, personal que realiza las maquetas para indicar si la página va a tener publicidad o simplemente indicar cuantos caracteres tiene que tener las noticias, el personal de impresión, repartidores, entre otros.

Finalmente, para el desarrollo de un medio digital no es necesario la cantidad de personas sino más bien el conocimiento que se tenga con respecto al manejo de las nuevas plataformas que presenta el Internet.

3.2 La Tecnología y los Periodistas

Partiendo de la evolución y desarrollo de Internet podemos precisar que la sociedad ha cambiado su manera de comunicarse, actualmente no solo nos informamos a través de la radio, el periódico o la televisión sino también lo hacemos por medio de Internet.

El Internet dio paso a la creación de los periódicos digitales a nivel mundial, rompiendo paradigmas comunicativos y originando una forma de hacer periodismo. Este nuevo modelo de informar combina dos aspectos esenciales de la sociedad: la tecnología y la comunicación, y a su vez requiere una mayor labor periodística, pero la pregunta es ¿los periodistas también evolucionaron con la tecnología?

Hace aproximadamente 30 años atrás los periodistas mediáticos aún utilizaban la máquina de escribir para redactar, tenían que esperar más de dos horas para que se revele el negativo de las fotografías, utilizar las grabadoras de casetes para obtener el audio de las entrevistas, etc., pero con la evolución de la tecnología actualmente las grabadoras, cámaras fotográficas y filmadoras son digitales permitiendo en pocos segundos bajar sus contenidos a la computadora y para redactar los periodistas cuentan con computadores de escritorio y en algunos casos computadores portátiles.



Otra de las ventajas de la tecnología en el periodismo es la creación de los celulares inteligentes, los mismos que poseen cámara de fotos, grabadora, filmadora y acceso a Internet, lo cual facilita el trabajo periodístico ya que tan solo con uno de estos celulares se puede obtener los audios, fotos y filmaciones de las noticias y a su vez le permite al periodista redactar lo más importante de la información desde cualquier parte y subir a las redes sociales sin la necesidad de estar en la oficina.

No podemos dejar a lado los programas de edición para audio (Adobe Audition), video (Sony Vegas, Final Cut), fotografía (Fotoshop) utilizados dentro del periodismo, a más de estos programas existe el software skype que permiten comunicaciones de texto, voz y video sobre internet.

Es así como la tecnología y el internet ha contribuido a la evolución de las herramientas y programas utilizados por los periodistas. Hoy no solo consumimos noticias presentadas por medios tradicionales sino también informaciones digitales que involucran el uso de recursos multimedia y se difunden rápidamente a través de las redes sociales.

Por eso, al comparar los artículos noticiosos de los periódicos impresos y de los medios digitales podemos apreciar que la redacción y contenidos cambian, en los primeros aún se mantiene los textos largos complementados con fotos estáticas, infografía, espacios sociales, reportajes, etc., pero en los dos periódicos digitales y la comunidad virtual estudiados la información es inmediata, corta, multimedia e interactiva aunque ninguno de ellos incluyen la infografía por costos.

3.2.2 La evolución del periodismo con las nuevas tecnologías

Se evidencia en los medios impresos que para difundir diariamente la información cuentan con periodistas, fotógrafos, editores, jefes de redacción, infógrafos, diagramadores, entre otros, en cambio los medios digitales están estructurados por el dueño del medio, jefe de redacción, periodistas que cumplen el papel de fotógrafos, editores y diagramadores.



Para el periodista de Sucesos de diario el TIEMPO, Lcdo. Armando Suquisupa, en los medios impresos el periodista recolecta la información y luego la redacta, los fotógrafos son los encargados de captar la imagen de la noticia, el editor por su parte revisa el contenido de cada sección del diario, los infografos complementan la noticia mediante íconos, imágenes y texto, por su parte los diagramadores son los encargados de estructurar y colocar la información en cada página, pero en los periódicos digitales los ciberperiodistas hacen todo esto.

Uno de los aspectos que caracteriza a los medios digitales es la facilidad que da la tecnología a los periodistas para argumentar sus noticias o reportajes, mediante el uso de los diferentes programas y software para edición, audio, video y fotografía para realizar artículos multimedia, los mismos que pueden ser solo utilizados en el periodismo digital.

Entonces podemos decir que ¿la forma de hacer periodismo evolucionó con el Internet y los periodistas se adaptaron al uso de la tecnología? Si bien es cierto gran parte de los periodistas que trabajan en los medios digitales antes lo hacían en medios tradicionales.

Los dos periodistas del medio digital elmorlaco.com anteriormente trabajaron en periódicos impresos, la Lcda. Cintia Calle en el periódico la TARDE y Jorge Barros en el diario el TIEMPO y actualmente a más de laborar en elmolarco.com.ec realiza colaboraciones para la revista deportiva Amateur, diario el Hoy y diario Expreso.

Por su parte el Lcdo. Julio Calle, periodista de Cuencanos.com, ha trabajado en radio Alfa, revista Afición, Tele cuenca, fue corresponsal de Canal Uno y por el momento es corresponsal de RTS.

De igual manera los corresponsales de Ciudadanía Informada han trabajado en otros medios, la Lcda. Marcela Rengel en un periódico de Azogues y en el diario el TIEMPO, el Lcdo. Lenin Riera ha estado vinculado más al periodismo radial y actualmente se dedica también al periodismo televisivo.



Los periodistas de estos tres medios concuerdan que como comunicadores sociales deben estar dispuestos a aprender cosas nuevas cada día dentro del ámbito profesional, pues el periodismo no es una profesión sino una forma de vida apasionante que permite contar historias a través de las palabras, imágenes, videos y sonidos.

Según el periodista de Cuencanos.com, Julio Calle, el periodismo digital involucra todas las ramas del periodismo (radio, prensa y televisión), por ende los ciberperiodistas actualmente son locutores, redactores, presentadores, fotógrafos, es decir multifacéticos que deben estar preparados para trabajar en cualquier ámbito del periodismo, por eso no cree que se debe clasificarlos en periodistas radiales, fotógrafos, presentadores deportivos, periodistas de prensa escrita o televisiva porque a su criterio todos pueden utilizar una cámara fotográfica, una filmadora, redactar, locutar, editar audio o imágenes y entrevistar.

Como dice Javier Tamba, periodista del Diario El Tiempo los periodistas de hoy ya sea que trabajen en un medio impreso, radial o digital deben siquiera tener los conocimientos básicos de cómo manejar una cámara, programas de edición y el Internet.

3.2.3 Perfil de tres ciberperiodistas de los medios digitales de Cuenca

3.2.3.1 Periodista de Cuencanos.com

Julio Calle Riera nació el 14 de mayo de 1978, en la ciudad de Cuenca. Sus estudios primarios los realizó en la escuela Luis Cordero, los secundarios en el colegio Antonio Ávila y los superiores en la Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, escuela de Comunicación Social año 1997.

Durante sus ocho años de vida profesional ha trabajado en radio Alfa, Telecuenca, revista Afición, fue corresponsal de Canal UNO, actualmente es corresponsal de RTS y trabaja en la comunidad virtual Cuencanos.com.



Para la página digital en la que trabaja ha realizado coberturas locales, nacionales e internacionales relacionadas a temas deportivos, culturales, artísticos y de ciudad.

Dentro de las coberturas deportivas internacionales están: Copa Libertadores Argentina 2005, Juego Bolivarianos 2005, Eliminatorias Mundial Alemania 2006, Copa América Venezuela 2007, Mundial Sudáfrica 2010, Copa América Argentina 2011, partido de la Selección Ecuatoriana en New Yersey 2011.

Además ha realizado entrevistas a cantantes como: Los de Adentro, los Auténticos Decadentes, Gerardo Mejía, Juan Fernando Velasco, entre otros para la sección de cultura.

Para el Lcdo. Calle el periodismo es una profesión difícil de entender pero imposible de olvidar.

3.2.3.2 Periodista de elmorlaco.com

Jorge Bolívar Barros Sarmiento, nació en Cuenca. Sus estudios primarios los realizó en la escuela Panamá, los secundarios en el colegio Carlos Cueva Tamariz y sus estudios superiores en la Universidad Católica de Cuenca, Escuela de Comunicación Social.

Ha trabajado como periodista durante seis años en los siguientes medios: el Universo, el Tiempo, revista Impetud, revista Juvenil, actualmente trabaja en elmorlaco.com y realiza colaboraciones para los diarios el Expreso, Hoy y la revista Amateur.

Barros define al periodismo como oficio complicado pero apasionante, por eso como periodistas se debe dedicar solo a esto y estar bien informados cada día.

3.2.3.3 Periodista de Ciudadanía Informada

Jorge Lenin Riera Quinde nació en el año 1983 en Cuenca. Su educación primaria la realizó en la escuela Salesiana Carlos Crespi. Los estudios secundarios en el colegio técnico Guillermo Mensi. Estudios superiores la Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, escuela de Comunicación Social año 2002.



Desde muy joven estuvo vinculado a los medios de comunicación, de sus 28 años de edad (que tiene actualmente), 10 han estado dedicado más al periodismo radial.

En su vida profesional a trabajo en las radios: Católica, Ondas Azuayas, Cómplice, actualmente trabaja en radio y televisión Pública y en el periódico digital Ciudadanía Informada.

El Lcdo. Riera define al periodismo como una forma de vida apasionante que permite contar historias desde la gente.

3.3 Cantidad de usuarios de los tres medios digitales de Cuenca

Como vimos anteriormente dentro del organigrama de los tres medios digitales cada uno de ellos ha ido evolucionando con la implementación de nuevas secciones en el caso de ciudadanía informada se implementó las sección de migrantes, ciudadanía, cultura y deportes; en el caso de cuencanos.com se implementó las secciones de clasificados, directorio de empresas y profesionales, noticias, cultura, miembros, deportes y turismo.

Pero ¿Para qué se realizó esos cambios en estos medios digitales? Según Pablo Villacis, gerente de ciudadanía informada estos cambios se los hizo para dar una mejor información a la ciudadanía y tener una mejor aceptación por parte de los usuarios.

3.3.1 Usuarios de Ciudadanía Informada

En septiembre del 2004 cuando ciudadanía informada estuvo por primera vez en la web lograron alcanzar 100 visitas a la página, es decir, que por día era visitada de 3 hasta 5 personas.

Así cada mes se duplicaba la cifra lo que significaba que sí tenían aceptación por parte de los usuarios y así fueron mejorando sus contenidos. Entonces al pasar dos años, es decir, en el 2006 cuando se dieron los cambios se propusieron llegar a las 15.000 visitas lo que para ellos fue una sorpresa es que sobrepasaron esa cifra llegando a los 30.000 visitas al mes lo que sería que tenían de 1000 a 2000 visitas diarias.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En los últimos tres meses de 2008 llegaron a la cifra de 102.707 visitas, según Marcela Rengel, periodista de este medio todo depende de la información, por ejemplo: cuando existe votaciones de alguna autoridad o algún hecho que es de conocimiento nacional es cuando más es visitada la página.

A continuación les presentamos un cuadro con el mes correspondiente y las visitas que tuvieron en ese año.

MES	VISITAS
Octubre 2008	33.748
Noviembre 2008	36.113
Diciembre 2008	32.846
Total	102.707

Elaboración: Patricia Arpi y Digna Romero.

Fuente: www.ciudadaniainformada.com

En los meses de abril, mayo, junio y julio del 2011 obtuvieron 252.000 visitas lo que se transformaría que en un día estarían visitando de 2000 a 3000 personas.

En el mes de agosto de 2011 obtuvieron 59.000 visitas como se puede notar en este mes bajó la cantidad de usuarios pero como dijo anteriormente Rengel todo depende de la información. En este mes las visitas diarias eran de 1000 a 2000.

En el mes de septiembre de 2011 las visitas subieron a 60.000 que equivale de 2000 a 3000 visitas diarias.

La mayor cantidad de usuarios que registró esta página es de 10.000 al mes y al día de 4000 a 5000 visitas, esto se dio en un proceso electoral. El target es hombres y mujeres de 28 a 60 años entre altos ejecutivos y empresarios con un nivel socio económico alto, esto se constató en un estudio realizado por ciudadanía informada en el 2008.



3.3.2 Usuarios de El morlaco

Cuando inició el morlaco en el 2008 no se contabilizaron los usuarios por lo que estuvo en prueba por seis meses, es por eso que tienen datos desde el 2009.

En este medio digital no miden por usuarios sino por los IP (Los IP identifica de manera única cada ordenador en su propia red) ya que en cada computador puede estar de dos o más personas, teniendo en cuenta que el target de este periódico digital es desde los ocho años de edad hasta los 60 a nivel local, nacional e internacional, que gusten del deporte y la información digital.

Además debido a la heterogeneidad informativa nos convertimos en un medio multitarget focalizado en el interés por los deportes, dijo Enríquez.

En un estudio realizado en el 2009 para constatar el uso de elmorlaco.com.ec en diferentes ciudades se obtuvo el siguiente resultado:



Imagen tomada de archivo de elmorlaco.com.ec

Como nos podemos dar cuenta la mayor cantidad de usuarios es de nuestra ciudad Cuenca y en último lugar está de Portoviejo sin tener en cuenta que a nivel internacional los que más utilizan este medio son cuencanos que residen en Estados Unidos y España.

A continuación les presentamos un gráfico con el respectivo mes y la cantidad de páginas visitadas que quiere decir que no solamente han entrado directamente por la dirección de la página sino también por los buscadores.

Debemos tener presente que varía la cantidad de páginas visitadas con la cantidad de IP.



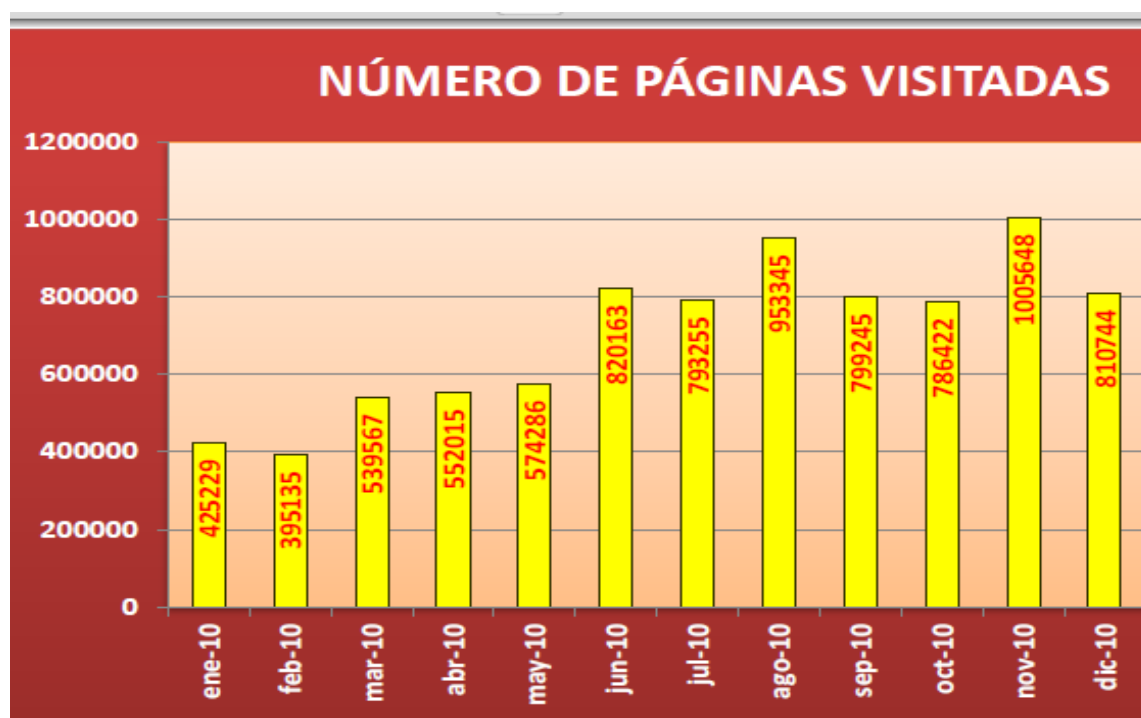
UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MES	PAGINAS VISITADAS	CANTIDAD DE IP
Enero	3.450	98
Diciembre	375.519	21.950

Elaboración: Patricia Arpi y Digna Romero.

Fuente: www.elmorlaco.com.ec

En el 2010 la cantidad de páginas visitadas subió ya que el periódico digital se fue dió a conocer más en la web. A continuación se presenta un cuadro desde enero de 2010 hasta diciembre del mismo año.



Cuadro tomado de archivo de [elmorlaco.com.ec](http://www.elmorlaco.com.ec)

La cantidad de páginas visitadas depende de la temporada por ejemplo: en noviembre cuando llegaron a un millón cinco mil seiscientos cuarenta y ocho fue porque inició los juegos nacionales, sudamericano de fútbol femenino, el mundialito de los pobres, entre otros.

En el siguiente cuadro les presentamos los IP correspondiente a la tabla anterior.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

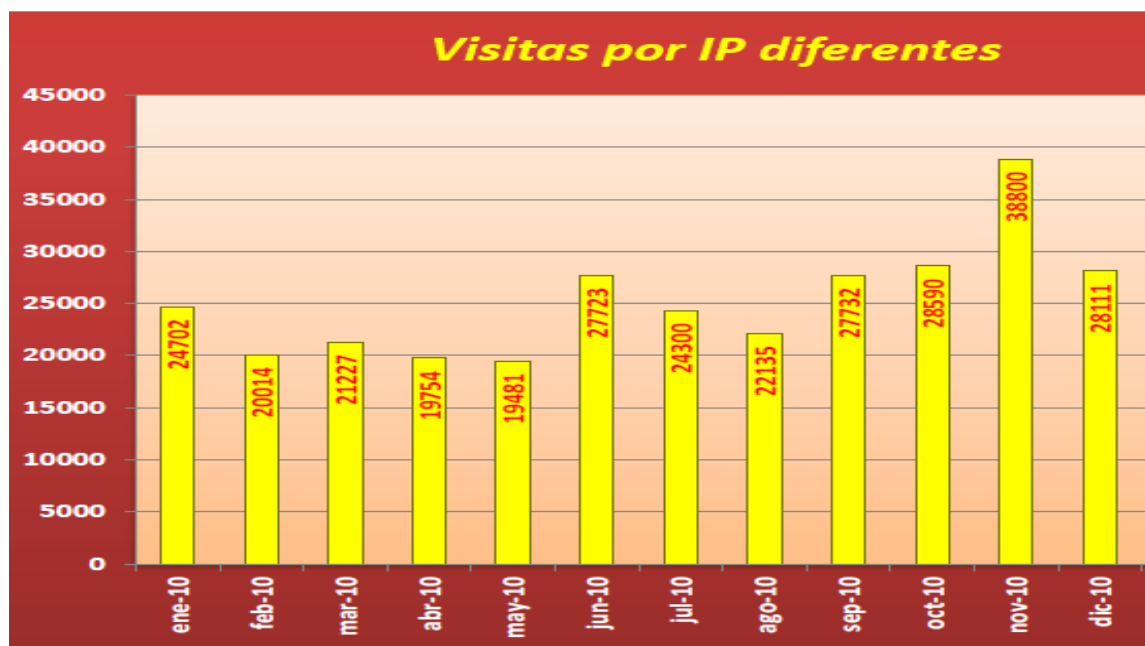


Tabla tomada de archivo de elmorlaco.com.ec

En el 2011 las páginas visitadas son las siguientes:

MES	Páginas visitadas
Enero	878.001
Febrero	756.231
Marzo	915.658
Abril	835.952
Mayo	747.491
Junio	765.315
Julio	895.634
Agosto	845.464
Septiembre	735.222
Octubre 10	541.609
Total	7.916.577

Elaboración: Patricia Arpi y Digna Romero.

Fuente: www.elmorlaco.com.ec



El 24 de octubre de 2011 según el contador de Alexa.com y ahora como www.elmorlaco.com.ec a nivel mundial tiene 673.674 y en el Ecuador 279.000 páginas visitadas.

3.3.3 Usuarios de Cuencanos.com

La comunidad virtual www.cuencanos.com que antes se llamaba encontrandocuencanoeninternet.com al mes de estar en la web tenía 800 visitas equivalente de 26 a 27 personas sin contar que en un computador pueden estar de dos o más personas, indicó Enrique Rodas^{46*}, gerente de cuencanos.com.

El objetivo de Rodas era duplicar la cifra cada mes aunque en los primeros meses no pudo cumplir con ese objetivo el buscó la manera de hacer que conozcan esta página para eso hizo un canje con fm88 en donde le entrevistaban con respecto a [cuencanos](http://cuencanos.com) y a la vez Rodas publicaba en la página la radio que la entrevistó.

Así fue que los usuarios de cuencanos.com subieron ya que los oyentes de fm88 se quedaban con la curiosidad de conocer [cuencanos](http://cuencanos.com) y poco a poco fueron pasando la voz hasta que logramos en menos de un mes duplicar las visitas llegando hasta 1800. Cabe recalcar que aún no teníamos ningún cambio ni en el nombre ni en el formato, indicó Rodas.

Cuando se dieron los cambios [cuencanos](http://cuencanos.com) tenía hasta 8000 visitas diarias pero esto depende del mes, es decir, los meses que es más visitada la página son: Abril y Noviembre cuando son las fiestas de Cuenca y Diciembre en Navidad.

Las personas que más visitan ésta página son turistas y [cuencanos](http://cuencanos.com) que están en el exterior para informarse con respecto a los hoteles y lugares que visitar.

En tres meses de 2008 registró 54.651 visitas. A continuación le presentamos la tabla con el respectivo mes y la cantidad de visitas que tuvieron en ese año.

⁴⁶ Entrevista realizada el 25 de octubre de 201



MES	VISITAS
Enero	17.070
Abril	19.908
Noviembre	17.673
Total	54.651

Elaboración: Patricia Arpi y Digna Romero.

Fuente: www.cuencanos.com

Como se puede ver la cantidad de usuarios varía según el mes pero lo más importante para Rodas es que su página sea conocida a nivel mundial ya que eso le favorece en la publicidad.

En el mes de septiembre de 2011 se registraron 14.577 visitas y hasta el 11 de octubre del mismo año tiene 2700 miembros registrados cada uno de ellos tiene su página dentro de cuencanos en donde pueden publicitar cualquier anuncio para vender o comprar algún producto.

El target de esta comunidad virtual es de 25 hasta 60 años, indicó Rodas.

3.4 La publicidad en los periódicos digitales

Al igual que las noticias todos los días la publicidad está presente en las distintas páginas de los periódicos, revistas o espacios publicitarios de la radio o televisión ofreciéndonos algún bien, producto o servicio. Por ende está es considerada como el eje primordial de la economía en los medios de comunicación, sin importar su formato (radio, prensa, televisión o web).

Pero ¿cómo funciona la publicidad en los medios digitales?

Al revisar las páginas de los periódicos digitales www.ciudadanainformada y el www.elmorlaco.com.ec observamos que en el primero la publicidad es nula y en el segundo existen pocas empresas que se publicitan, pero no así en la comunidad virtual www.cuencanos.com en donde prima espacios dedicados al arte publicitario.



Hablar de publicidad en estos medios es complicado debido al reciente nacimiento e impacto de los periódicos digitales en la sociedad y a su vez a la falta de marketing digital, pues estos dos periódicos digitales recién están incorporando esta rama, lo cual ha ocasionado poca presencia de auspiciantes en los mismos, sin embargo podemos precisar la importancia que tiene la publicidad dentro de la comunidad virtual Cuencanos.com, ya que esta página desde sus inicios se basó al ciento por ciento en ofrecer a los cibernautas productos publicitarios.

3.4.1 Publicidad en Ciudadanía Informada

Desde sus inicios hasta la actualidad este medio digital sobrevive por el financiamiento de Corporación Participación Ciudadana, (organización no Gubernamental), más no por ingresos propios generados por la publicidad.

Al entrar a la página del periódico observamos que tanto en la parte superior e inferior, así como en los costados se encuentran solo noticias con sus respectivos links, fotos y nada de publicidad, sin embargo en la parte superior podemos observar un link que dice “Publicidad” y al dar clic sobre este ingresamos a una página en donde se especifica el año de creación del medio, las razones para publicitar, y el Target.



Imagen tomada de www.ciudadaniainformada.com

El periódico no posee una campaña fuerte en publicidad pero en Quito (matriz del medio), los directivos recién empezaron el proyecto del marketing digital con el proceso de promoción del medio digital a nivel de empresas públicas y privadas, entre otros posibles auspiciantes.



Previamente se realizó un estudio de mercado, de costos, de la competencia y ganancias que puede generar. De igual manera el análisis de la estructura de la página para saber si existen franjas y vallas publicitarias dentro de la misma para posteriormente ubicar los anuncios publicitarios.

El proyecto de promoción publicitaria del medio se basa en: ofrecer a los auspiciantes las ventajas de tener su producto en un medio con alcance internacional, la calidad, agilidad en los contenidos publicitarios, la posibilidad de interactuar con el mercado, acceso a nuevos públicos y a su vez potenciales clientes.

Según los directivos de ciudadanía informada existen algunas razones para anunciar sus productos o servicios dentro de esta página, entre ellos:

- Las noticias que transmite son de carácter, político, ciudadano, judicial, legislativo, lo cual genera interés colectivo.
- Es un medio independiente.
- La información que difunde el medio es confiable e independiente y se basa en varias fuentes.
- El periódico tiene gran aceptación a nivel local, regional, nacional e internacional en países como: España, Estados Unidos, Colombia, Venezuela.
- El público o target que maneja el periódico se relaciona con: hombres, mujeres, altos ejecutivos, empresarios, con una edad promedio entre 28 a 60 años y un nivel socio económico alto. Además de la proyección a nivel nacional e internacional que tienen el medio

Debido a estas razones los directivos y periodistas del medio esperan que en un futuro no muy lejano el medio empiece a contar con publicidad.

Este proyecto publicitario que inicia en Quito, será ampliado a las cinco provincias en donde tiene cobertura el medio.



3.4.2 Publicidad en Cuencanos.com

La comunidad virtual www.cuencanos.com nació en el año de 1988 como un medio de comunicación para los cuencanos en el mundo, este incluía espacios dedicados a la fotografía, espacios de cultura, lugares turísticos, etc., pero el medio desde sus inicios estaba vinculado más al aspecto económico y no de servicio, aunque al principio esta página estaba dirigida a los jóvenes, al ver que no le resultaba rentable su fundador cambió de target y se dedicó más al público adulto, a las empresas y a los profesionales.

Del mismo modo, debido a los gastos que ocasiona mantener una página web en cuanto al costo del hosting, Internet, sueldo de los colaboradores, el formato de la página cambió convirtiéndose en un medio privado dedicado a crear nuevas páginas web que le generen ingresos económicos.

El éxito de la comunidad virtual se debe a que esta es conocida a nivel local, nacional e internacional, lo cual ha permitido que la publicidad tenga gran fuerza en el mercado nacional e internacional, garantizando de tal forma la difusión del producto, bien o servicio.

A diario esta página web publicitaria registran 4.500 a 8.000 visitas de estudiantes, profesionales, empresas, entre otros. Además cuenta con 30.000 miembros registrados en la misma.

Al ingresar a la comunidad virtual vemos en la parte superior algunas secciones y publicidad de empresas y profesionales. En la parte inferior se ubican las páginas web independientes de las más de 45 empresas, creadas y programadas por las personas que trabajan en este medio. Las mismas que se publicitan en todas las 135.000 secciones que tiene la comunidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NUESTROS CLIENTES ESTÁN CONTENTOS, PORQUE TIENEN LOS MEJORES RESULTADOS

www.linglongecuador.com www.medallasytrofeosnarvaez.com www.grupoempresarialortiz.com www.cuencahomesales.com www.bienesraicesorellana.com

SI NECESITA UN SITIO WEB PROFESIONAL CON VISITAS CONTRATE **www.Cuencanos.com**, LLAME AHORA AL 2893720.

Contáctese con www.Cuencanos.com haciendo clic [Aquí](#). Este Sitio Web es Propiedad de [Enrique Rodas Cía. Ltda.](#) Todos los Derechos Reservados. Copyright © 2011 B. Cuenca - Ecuador - Sudamérica

Imagen tomada de www.cuencanos.com

Las secciones de clasificados, directorio de empresas, sección de empleos, directorio de profesionales y la sección venta de garaje son las que generan los ingresos económicos al medio.

El resto de secciones son para dar a conocer lugares turísticos, información de la ciudad y alguna noticia sobresaliente.

Estas cinco secciones sirven para que las personas o empresas que se publicitan coloque información acerca del bien, producto o servicio que ofrecen, por ejemplo el espacio venta de garaje le permite a los miembros de esta comunidad vender cualquier producto usado (teléfonos, celulares, televisiones, etc.) a excepción de la venta de terrenos, carros o casas.

Mediante un convenio con el diario el TIEMPO, los clasificados de Cuencanos.com se publican en este periódico y de igual manera la publicidad de este medio se difunde en esta comunidad.

Costo de la Publicidad

Secciones	Costos	Incluye
- Clasificados - Directorio de empresas	Mensualmente 5 dólares	10 fotos, 2 hojas de texto, teléfonos, direcciones, mapa



• Empleos • Directorio de profesionales	Al año 60 dólares	satelital y video en el caso de las empresas.
• Venta de garaje	Solo deben ser miembros de la comunidad.	Pueden vender (televisiones, laptops, computadoras, cámaras de fotos, filmadoras.)

Elaboración: Patricia Arpi, Digna Romero.

Fuente: www.cuencanos.com

En la ciudad de Cuenca esta comunidad virtual es considerada como una de las páginas más importantes en el ámbito publicitario, razón por la cual hoy en día Rodas y sus colaboradores manejan la publicidad de cerca de 500 clientes entre profesionales y empresas como: del grupo Gerardo Ortiz e hijos (Monay shopping, Mal del río), radio Cómplice, radio la Roja, Hospital Monte Sinaí, radio FM 88, Creta Restaurante, Van Service, Asociación hotelera del Azuay, Multi casa inmobiliaria, Medallas y trofeos, Mandato paredes.

3.4.3 Publicidad en elmorlaco.com.ec

Como bien se mencionó antes, la incorporación del marketing digital es una de las falencias de los periódicos digitales en Cuenca, esto se debe a la poca credibilidad de la publicidad en la web por parte de los clientes, a la falta de profesionales vinculados a esta rama y en especial al reciente impacto de la tecnología en la sociedad.

Desde el año 2008 que nació el periódico digital elmorlaco.com.ec se buscó incorporar e integrar la publicidad al medio pero a pesar de todos los esfuerzo esto no fue posible debido a la falta de publicistas que conozcan la estructura, el número de páginas que tiene, el número de usuarios y visitas. Entonces se optó por otra alternativa, la de vender publicidad los periodista pero esto tampoco funcionó por la falta de tiempo de los mismos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Desde el año 2010 el periódico cuenta con publicidad, anteriormente se solventaban los gastos gracias al aporte económico de su fundador Juan Carlos González.

Las empresas que se publicitan son: la Prefectura del Azuay, la EMOV, las televisoras Unsión, Telerama, la radio Antena, Amazon aroma, la escuela de marcha de Luis Chocho.

La publicidad es colocada dentro de la página de acuerdo al producto o servicio que se oferta, su costo y la forma en que el cliente quiere vender, así por ejemplo si una fábrica de camisetas quiere anunciarse debe acoplarse a una página que se relacione con el producto.

Sin embargo, a pesar de que actualmente existe un ingreso económico producido por la publicidad, aún no se puede decir que el medio vive de esto, ya que con los otros medios de comunicación realiza canjes publicitarios, lo cual no genera ingresos.

La publicidad en la página web se divide en cuatro partes como se puede constatar en la siguiente imagen:



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

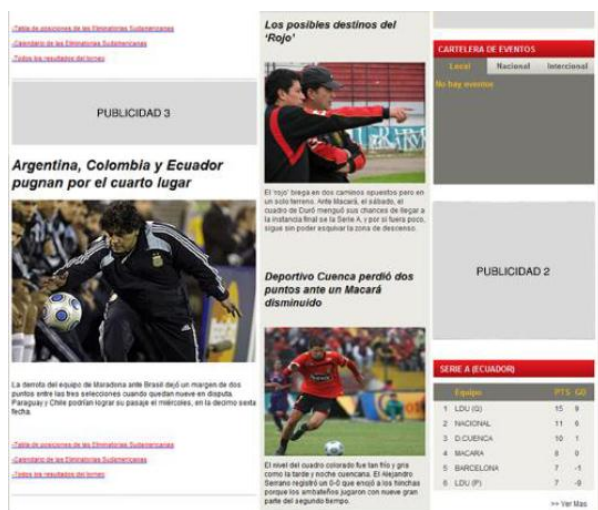


Imagen tomada de www.elmorlaco.com.ec

En la parte superior observamos una franja grande que se divide en dos secciones, en la primera se ubica la publicidad de la Prefectura del Azuay, la misma que no cambia, al contrario dentro de esta se publicitan empresas vinculadas a la Prefectura como lácteos de la vaca, y está presente en las 10.000 páginas que tiene el morlaco.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En la otra sección se sitúa la publicidad de la: EMOV, Unsión, Telerama, Amazon aroma, las cuales van rotando respectivamente.

En la mitad, al costado derecho encontramos la publicidad de la escuela de Marcha Luis Chocho y una breve reseña de la Federación Deportiva del Azuay.

El costo depende en dónde se quiera publicitar, en el siguiente cuadro se puede observar los costos dependiendo de las páginas y el tiempo que duraría la misma.

TODAS LAS PORTADAS

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	980
ESPACIO 2 A	950
ESPACIO 2 B	860
ESPACIO 3	920
ESPACIO 4	750

Elaboración: Patricia Arpi
Digna Romero
Fuente: www.elmorlaco.com.ec

FUTBOL

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	180
ESPACIO 2 A	170
ESPACIO 2 B	155
ESPACIO 3	165
ESPACIO 4	140

Elaboración: Patricia Arpi
Digna Romero
Fuente: www.elmorlaco.com.ec

LOCALES

PORTADA + 2 SECCIONES

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	590
ESPACIO 2 A	570
ESPACIO 2 B	500
ESPACIO 3	550
ESPACIO 4	450

F1

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	160
ESPACIO 2 A	150
ESPACIO 2 B	130
ESPACIO 3	145
ESPACIO 4	120

DEPORTE DEL MOMENTO



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	180
ESPACIO 2 A	170
ESPACIO 2 B	155
ESPACIO 3	165
ESPACIO 4	140

Elaboración: Patricia Arpi
Digna Romero
Fuente: www.elmorlaco.com.ec

SOCIALES + TENIS

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	180
ESPACIO 2 A	170
ESPACIO 2 B	155
ESPACIO 3	165
ESPACIO 4	140

Elaboración: Patricia Arpi
Digna Romero
Fuente: www.elmorlaco.com.ec

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 1	180
ESPACIO 2 A	170
ESPACIO 2 B	155
ESPACIO 3	165
ESPACIO 4	140

DEPORTE INDIVIDUAL LOCAL

PUBLICIDAD	24 horas, 7 días
ESPACIO 2 A	60
ESPACIO 2 B	45
ESPACIO 3	60
ESPACIO 4	45



CAPITULO IV

4. LA EDUCOMUNICACION EN LOS LECTORES O CIBERLECTORES

4.1 Concepto de Educomunicación

La gran influencia de los medios de comunicación en la vida de las personas, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, TICS, han permitido que se redefina el concepto de comunicación y educación dentro de la sociedad. Actualmente ya no se habla de estos dos términos por separado sino como uno solo, que agrupa elementos comunicativos, informativos y educativos en un mismo proceso, lo cual da lugar al término Educomunicación.

La **Educomunicación** es entendida como un proceso que busca formar e informar un conjunto de dimensiones educativas mediante la alfabetización mediática y el uso de los recursos tecnológicos.

Sin embargo, se debe tener claro que educar no se basa solo en formar a través de los nuevos medios y nuevas tecnologías, sino en crear un proceso comunicativo bidireccional que potencie la interacción entre emisor – receptor, es decir que incluya el feedback, con el afán de construir conocimientos de manera grupal, fomentar la criticidad y análisis de lo que se difunde y promover una pedagogía de la información activa y abierta en los cibernautas.

“La educomunicación solamente se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores... El principal objetivo de la



educomunicación es de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes”.⁴⁷

Un claro ejemplo de educomunicación es Internet, pues esta plataforma digital permite a los cibernautas navegar a través de la red y encontrar información de carácter cultural, social, científica y educativa, etc., a la vez facilita el uso y aprendizaje de los distintos recursos tecnológicos. En conclusión Internet produce simultáneamente un proceso de aprendizaje teórico – práctico que permite ampliar los conocimientos, el lenguaje y llegar a un público más extenso.

Los teléfonos inteligentes, las páginas web, los computadores portátiles, las plataformas digitales, las herramientas multimedia, la creación de periódicos digitales y la influencia de las redes sociales contribuyen a que este nuevo proceso se expanda rápidamente dentro de la sociedad.

“En la medida en que progresen estas tecnologías, vayamos directo hacia el wifi (es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Los dispositivos habilitados con Wi-Fi, tales como: un ordenador personal, una consola de videojuegos, un smartphone o un reproductor de audio digital, pueden conectarse a Internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica) y los ordenadores más pequeños, se abaratan las tecnologías y se vuelvan más audiovisuales, sin ninguna duda la gramática escolar antigua va a ser sustituida por una gramática de la cultura audiovisual, con un estilo diferente, con más sentido de la actualidad...”⁴⁸

En 1979, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, reconoce e introduce dicho término, desde entonces hasta la actualidad se ha empleado para expresar varios conceptos como: educación a través de los medios de comunicación, educación en la comunicación, educación para el desarrollo de las capacidades comunicativas y creación de mensajes críticos, es decir la educomunicación es un campo que aún no tiene un concepto bien definido, pues

⁴⁷ <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>

⁴⁸ <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>



está en permanente construcción influenciado principalmente por el desarrollo social y la innovación tecnológica.

Según la UNESCO, “la **Educomunicación** es educación en materia de comunicación, que crea un espacio de trabajo, donde se unen la teoría y práctica por primera vez, a fin de desarrollar todo el potencial social e individual del ser humano a través del uso de los medios de comunicación y de la influencia que ejercen dentro de la sociedad. Así, que con la Educomunicación se propone el uso de los medios en procesos de aprendizaje con el objetivo de conocer y comprender temas de interés social mediante el uso de recurso tecnológicos.”⁴⁹

4.1.1. Definición de Educomunicador

No obstante, con la vertiginosa evolución de las TICs no solo se ha introducido el término de educomunicación sino también se ha replanteado el papel que juegan los comunicadores sociales educando a una sociedad inmersa en la tecnología.

El profesor e investigador Argentino – Uruguayo, Mario Kaplún, en su libro “una pedagogía de la comunicación”, hace referencia al nuevo periodista acuñando el término educomunicador y menciona a un profesional que conjuga la educación con la comunicación, utilizando como herramienta principal las nuevas tecnologías para desempeñar sus funciones en cualquier ámbito laboral (radio, prensa tradicional o digital, televisión e incluso en la área educativa) y difundir mensajes que contribuyan a la educación de los receptores y a promover el desarrollo social.

Entonces, un **educomunicador** es aquel que utiliza las nuevas tecnologías para potenciar una comunicación educativa, social, eficaz y democrática que fomenta la criticidad y la interacción del receptor con su entorno.

⁴⁹ <http://mercucho.wordpress.com/2009/05/21/algunos-apuntes-sobre-la-educomunicacion/>



“El educomunicador tiene por objetivo potenciar a los educandos como emisores, favoreciendo la creación de flujos de comunicación para el intercambio de mensajes, generando el diálogo, la discusión y el análisis”.⁵⁰

4. 2 La educomunicación en los cibernautas

Al entender a la educomunicación como el acto de aprender a través de los medios de comunicación se puede decir que este término con el paso del tiempo se ha ido “satanizando” ya que en varias ocasiones como dice Daniel Prieto Castillo se ha intentado separar a la educación ejercida en las aulas con la vida cotidiana.

Pero ¿por qué tratar de separar si las dos se pueden complementar? En los años 60 se pensó que los medios de comunicación y en especial la televisión daban pautas para que los niños y jóvenes tengan su forma de ver del mundo, es decir, en la vida cotidiana estaba regida por los medios de comunicación y la convivencia con las demás personas y en la escuela se la tomaba como un espacio dedicado a la formación educativa.

Sin embargo, esto no se pudo llevar a cabo ya que parte de la educación se desarrolla en ambientes culturales y sociales y parte de nuestra sociedad son los medios de comunicación y las nuevas tecnologías que van surgiendo.

Como plantea Marshall McLuhan que “gran parte de los contenidos educativos se adquieren fuera de la escuela, emitidos por los medios de comunicación de masas, pues el libro pierde su función hegemónica”⁵¹.

⁵⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Educomunicador>

⁵¹ McLuhan, Marshall “El medio es el mensaje”. Un inventario de efectos (con Quentin Fiore), Editorial Paidós, Barcelona, 1995



Dentro de las nuevas tecnologías o plataformas de comunicación encontramos al Internet que hoy en día es el medio más utilizado a nivel mundial por niños, jóvenes y adultos de diferentes status económico.

4.2.1 Los cibernautas y la producción de la educomunicación

Para empezar a explicar de cómo se produce la educomunicación en los cibernautas iniciaremos con una frase de Marshall McLuhan “el medio es el mensaje”⁵², es decir que la tecnología modifica a la persona, ya que el medio de comunicación influye, determina y moldea.

Entonces si hablamos de los cibernautas y la educomunicación podemos decir que se puede producir desde el momento en que se sienta frente a un ordenador ya que desde ahí puede explorar y conocer las funciones que tiene cada una de las teclas y botones que tiene el mismo. Por ejemplo: si antes no sabía cómo copiar una página web tal y cual como se ve explorando cada una de las teclas se va a dar cuenta que con “imper pant petsis” puede hacerlo para luego poderlo pegar.

La educomunicación se la puede entender entonces como una forma de auto educarse y los cibernautas o los usuarios de Internet al estar en constante contacto con la web pueden aprender infinidad de cosas por las millones de páginas que se encuentran en su paso.

En los ordenadores con sus programas y en especial el Internet porque como dice Daniel Prieto Castillo “¿Qué gano con tener 50 canales si no sé leerlos de otra manera o buscar información válida? ¿De qué vale la red si no tengo cómo buscar en ella,

⁵² McLuhan, Marshall “El medio es el mensaje”. Un inventario de efectos (con Quentin Fiore), Editorial Paidós, Barcelona, 1995



cómo hacer que no me engañen?”⁵³ Es decir, en la web por solo introducir una palabra en un buscador puede aparecer una infinidad de páginas y si no sabemos realmente lo que queremos vamos a caer en un abismo.

Pero dentro de la auto educación ¿qué no más puede aprender un cibernauta? Lo que puede aprender es:

- ✓ Utilizar bien los buscadores para conseguir la información que requiere y rechazar lo que no le interesa.
- ✓ Saber leer de una forma no lineal porque en un texto en el Internet se puede leer como uno quiera.
- ✓ Saber utilizar los enlaces o links de una página.
- ✓ Poder crear una página web sin ayuda de un profesional.
- ✓ A poder contactar a personas de todo el mundo a través de una red social.
- ✓ A poder subir fotos y videos.
- ✓ Crear un documento multimedia.
- ✓ Convertirse en un comunicador a través del uso de un blog, facebook o twitter.
- ✓ Conocer las diferentes culturas, tradiciones y lugares de otros países.
- ✓ Crear su propio medio de comunicación

Además, el Internet le permite al cibernauta que deje de ser un receptor inactivo a un receptor activo, es decir, el puede opinar sobre cualquier tema en un blog, red social y páginas de su interés.

⁵³ Castillo Prieto Daniel, “La comunicación en la educación”, Editorial Stella, Buenos Aires, 2004. Tomado de <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/3/biblio/3Prieto-Castillo-Daniel-Comunicacion>



4.3 La educomunicación en los tres medios digitales de Cuenca

Luego de analizar los conceptos de educador, educación y como se produce está en los cibernautas la pregunta es ¿cómo educan los medios digitales?

Desde sus inicios, los medios de comunicación han desempeñado el rol de educar a la sociedad debido a la gran influencia que ejercen en esta. En Estados Unidos varios estudios concluyen que un niño pasa más horas frente al televisor que en las aulas de clase, de igual manera, la radio permite que gran parte de la población se informe de manera inmediata y económica, por su parte, la prensa a diario transmite hechos de interés colectivo basados principalmente en la investigación periodística, lo cual hace que los artículos sean más profundos y de mayor impacto social.

Si bien es cierto, cada uno de estos medios en su época contribuyó con la evolución de la comunicación social, del periodismo y de la educación, pero con el vertiginoso adelanto tecnológico por lo que atraviesa la sociedad se han vuelto obsoletos, pues se ha modificando la forma de hacer periodismo y transmitir los sucesos.

Actualmente, los medios digitales empezaron a cobrar vida en la población, puesto que el desarrollo tecnológico y la creación de las herramientas digitales permiten que se dé una comunicación más natural, inmediata, interactiva y multimedia.

Por ende, los recursos tecnológicos que oferta la red son utilizados para transmitir información de calidad, a la vez permite que se genere el proceso de feedback mediante los espacios de opinión como comentarios y sugerencia en tiempo real. Es decir, por primera vez se puede incluir en los periódicos un aprendizaje teórico – práctico gracias a Internet.

Para Marcela Rengel, corresponsal del Azuay de ciudadanía informada, en la actualidad los recursos tecnológicos facilitan la labor periodística y fomentan el proceso de educomunicación, pues a través de las herramientas multimedia a más de informar de manera instantánea e interactiva, el cibernauta puede profundizar la información



entrando a los hipervínculos que incluye cada medio y ampliar la noticia. También pueden participar activamente en la elaboración de los contenidos mediante sugerencias de temas de interés colectivo.⁵⁴

Los videos multimedia, las fotografías estáticas y en movimientos, los audios, los hipervínculos, se integran en una noticia y permiten a los ciberlectores desarrollar la criticidad, las destrezas y la creatividad a través del tacto, el oído, la vista.

Al ingresar a la comunidad virtual www.cuencanos.com observamos que las noticias son presentadas casi en un ciento por ciento a base de fotoreportajes y videoreportajes que incluyen pequeños texto con información básica de los sucesos.

Según Julio Calle, periodista de la comunidad virtual, el video web permite que la información sea rápida, pues psicológicamente está comprobado que los ciberlectores no leen más de cuatro párrafos en los periódicos digitales, por eso es fundamental difundir información a través de este mecanismo por su rapidez, alcance e impacto.⁵⁵

Los dos periodistas concuerdan que la red fomenta la educomunicación porque se genera un proceso teórico – práctico en los ciberlectores mediante los espacios de opinión incluidos en cada periódico y a través de las redes sociales como Facebook y Twitter.

“Las redes sociales facilitan este proceso, pues tan solo con tener un teléfono inteligente se puede informar en un segundo lo que sucede en la ciudad, el país o el mundo. De igual manera los lectores pueden participar activamente en la elaboración y difusión de las noticias ya que una de las ventajas que ofrece el Twitter es que tanto periodistas como lectores pueden transmitir un hecho noticioso en instantes”, expresó Jorge Barros periodista del elmorlaco.com.ec.⁵⁶

Por su parte, “Patricia Enríquez, jefa de redacción del elmorlaco.com.ec, indicó que a través de los reportajes y entrevistas multimedia, las noticias, las secciones de opinión

⁵⁴ Entrevista realizada el 15 de noviembre del 2011

⁵⁵ Entrevista realizada 29 de octubre del 2011

⁵⁶ Entrevista realizada 12 de octubre del 2011



y las encuestas se introducen nuevos términos o palabras, lo cual enriquece el léxico en los ciberlectores.

Asimismo, los artículos escritos por médicos y psicólogos deportologos fomentan la interacción con los lectores gracias a los comentarios que se producen y en ocasiones según el tema a tratarse se originan los foros”⁵⁷.

Actualmente las herramientas digitales han permitido que los periodistas cumplan el rol de educadores- facilitadores y los ciberlectores desempeñen el papel de receptores – emisores.

En conclusión, la educomunicación en los periódicos digitales se genera mediante el uso de nuevos términos, de los fotoreportajes, de los reportajes multimedia, de artículos deportivos escritos por especialistas en el tema, de la publicidad, pero en especial por el proceso de Feedback en tiempo real entre ciberperiodistas y ciberlectores.

⁵⁷ Entrevista realizada 15 de octubre del 2011



4.4 Justificación de nuestro estudio de campo

Las encuestas que hemos realizado han sido dirigidas a 46 estudiantes de quinto y séptimo de periodismo de la Universidad de Cuenca, en el caso de la Universidad Politécnica Salesiana a 24 estudiantes de quinto de comunicación social ya que en la fecha que acudimos a realizar dichas encuestas no pudimos encontrar a los estudiantes de séptimo y en la Universidad del Azuay se realizaron a 29 estudiantes de quinto y séptimo de Comunicación Social.

Se eligieron estas universidades porque la primera es una Universidad del Estado, la segunda porque el sistema pedagógico está sustentado en la razón y la religión y la tercera por el sistema de educación más unificado. Los ciclos escogidos fueron los quintos y séptimos ya que por estar en ciclos superiores están más relacionados con el periodismo digital.

El fin de dichas encuestas fue para conocer si los medios digitales de nuestra investigación están posesionados en el mercado digital y de esta manera conocer con qué frecuencia los estudiantes visitan éstas páginas, como lo consideran a la información que transmiten éstos medios, qué género periodístico prima en los periódicos digitales, si la redacción debe ser diferente para la web, cual es la característica principal que le diferencia a una portada de un medio impreso con un medio digital. Además, como nuestros encuestados están en la etapa de educarse o perteneciendo a una institución educativa pública o privada queremos conocer su perspectiva sobre si se produce la educomunicación en los lectores con la información que transmiten los medios digitales investigados y finalmente de todas las informaciones transmitidas cuántas creen que son educativas.

Por otro lado, se realizó encuestas a los periodistas de los periódicos digitales investigados como son: cuatro periodistas de elmorlaco.com, un periodista de cuencanos.com y dos periodistas de ciudadaniainformada.com y para contrarrestar la



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

información se realizó a los periodistas de los dos medios impresos reconocidos de nuestra ciudad como son: 11 periodistas del EL TIEMPO y cinco de EL MERCURIO.

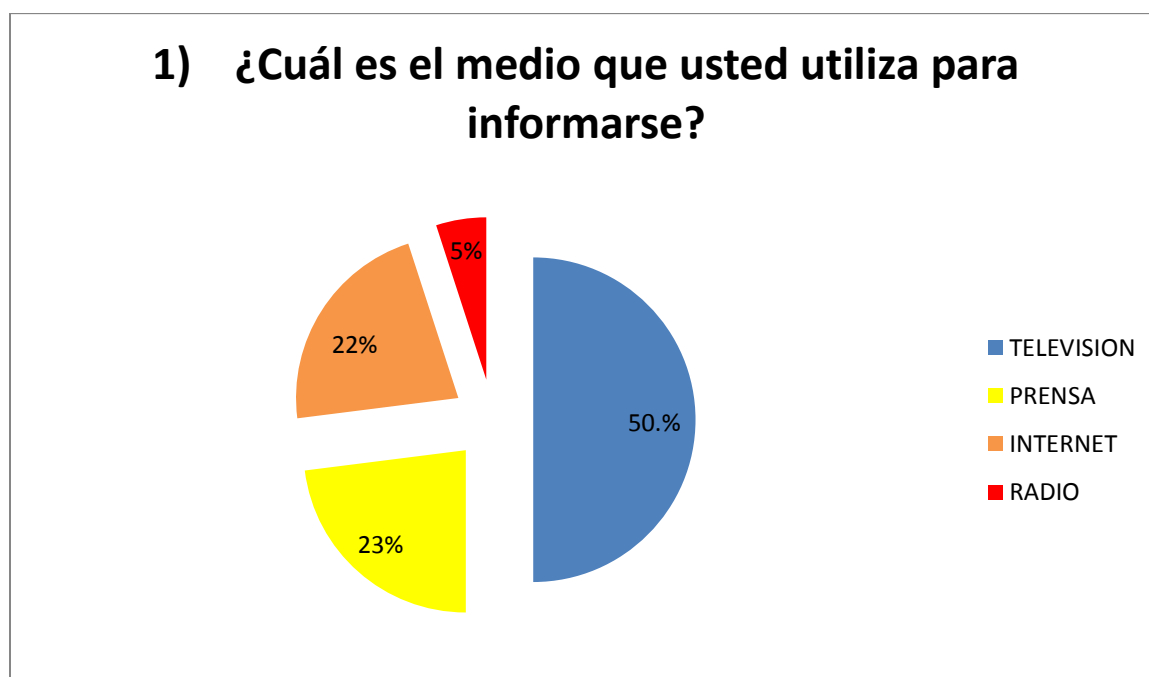
El objetivo principal fue para conocer la evolución de los medios digitales tanto en la forma y el contenido. Además, conocer que género periodístico es el más utilizado, en qué se caracteriza la redacción de una noticia, qué herramientas digitales es la más utilizada para el desarrollo periodístico, cómo lo consideran a la información que transmiten, si consideran que el medio en el cual trabajan produce la educomunicación en los lectores, cómo se produce la educomunicación y por último en qué secciones educa el medio en el que trabajan.



4.5 RESULTADO DE NUESTRO ESTUDIO DE CAMPO

UNIVERSIDAD DE CUENCA

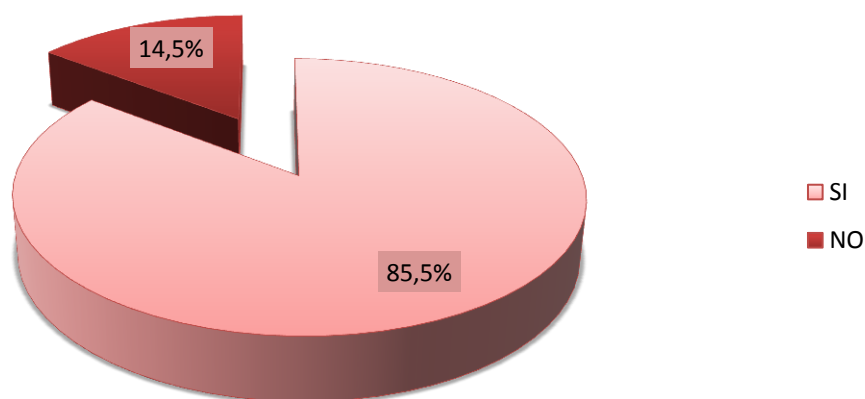
La presente encuesta se realizó a 46 estudiantes pertenecientes a quinto y séptimo de periodismo de la Universidad de Cuenca.



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

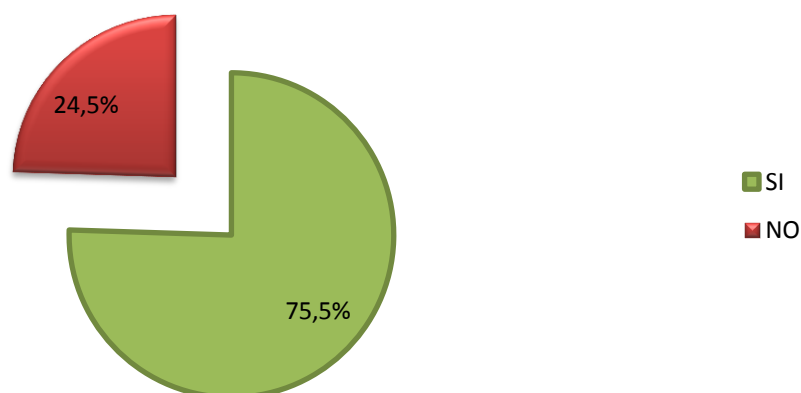
2. ¿Usted cree que el Internet ha permitido que en nuestra ciudad se desarrolle nuevos medios de comunicación?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

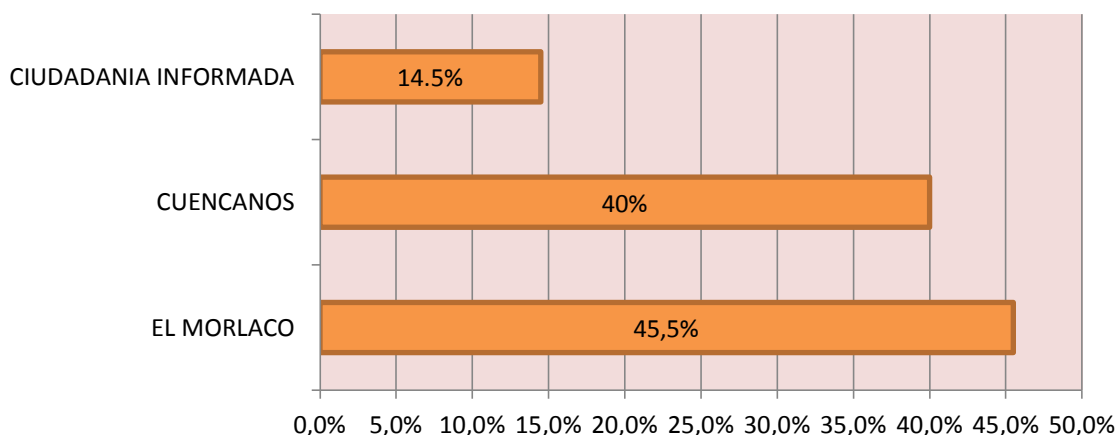
3. ¿Conoce algún medio digital de nuestra ciudad?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

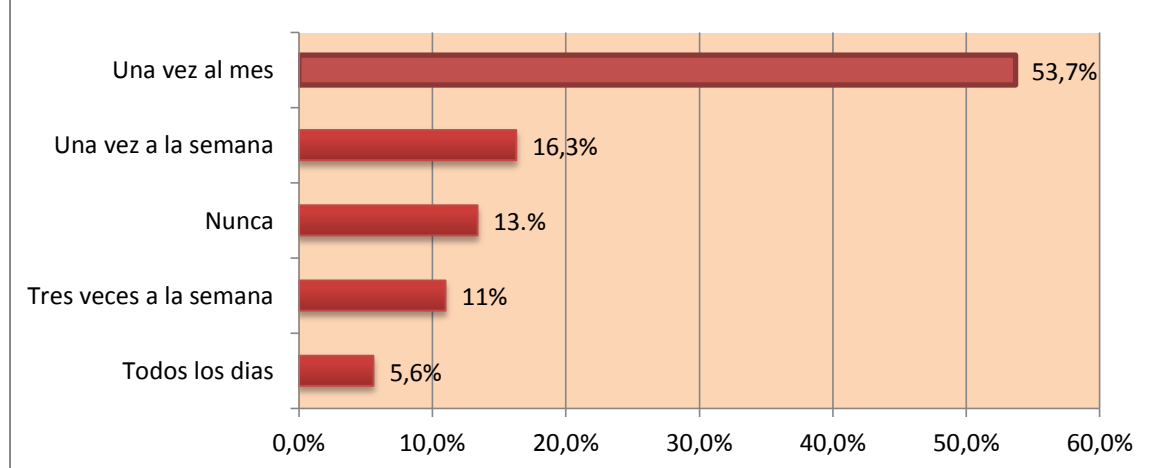
4. ¿Ha visitado alguna vez éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

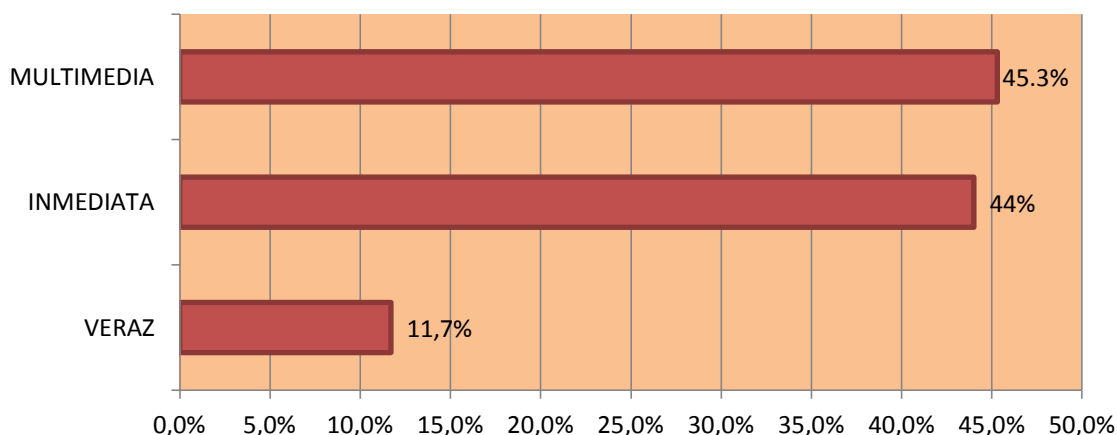
5. ¿Con qué frecuencia ha visitado éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

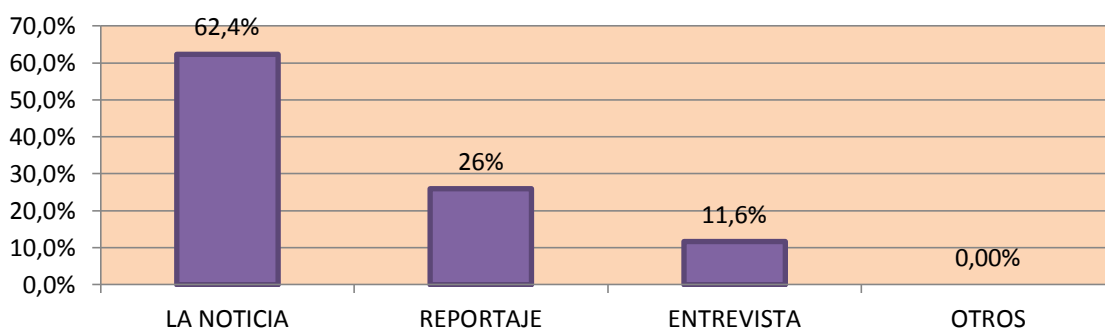
6. Cree usted que la información que transmite éstos medios digitales son:



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

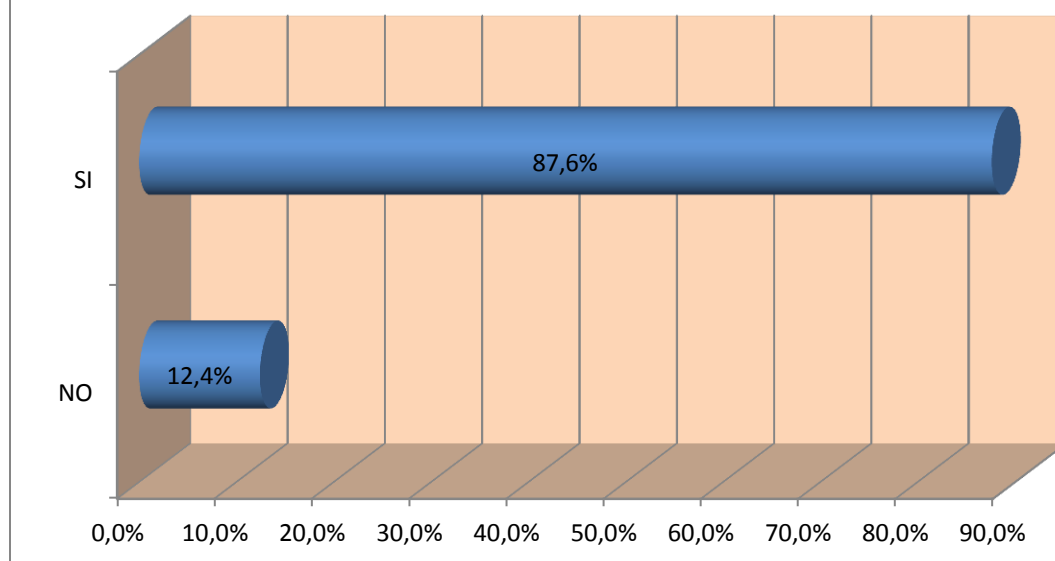
7. Según su criterio ¿Qué género periodístico es el más utilizado en los periódicos digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

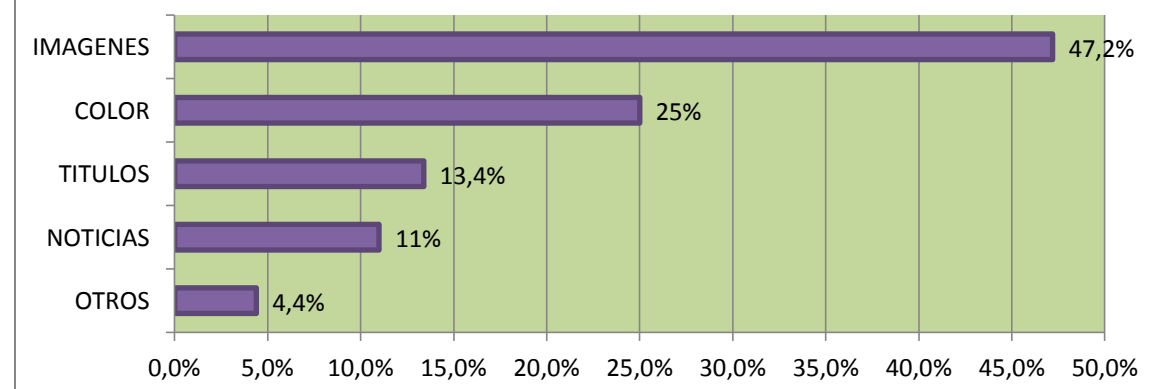
8. Con respecto a la redacción de las noticias ¿Cree usted que la redacción para la web debe ser diferente al que se realiza en un medio impreso?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

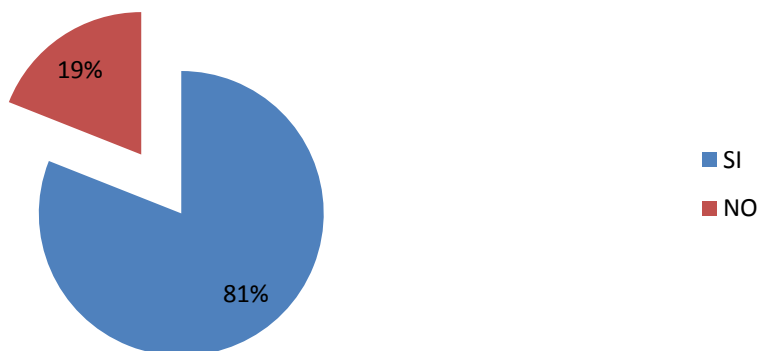
9. ¿En qué cree usted que se diferencia la portada de un medio impreso de un periódico digital?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

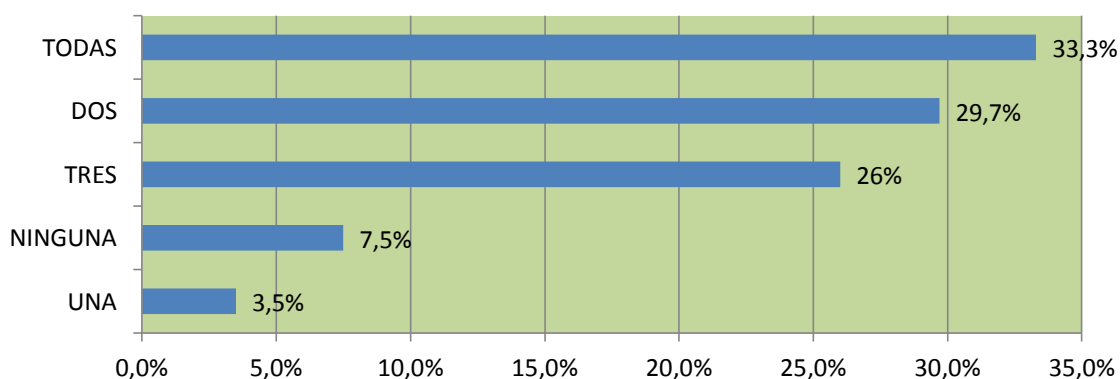
10. La educomunicación es el proceso de educarse a través de los medios de comunicación entonces ¿Usted cree que la información que transmiten los medios digitales permiten que se produzca la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

11. De las noticias que difunden estos medios digitales ¿Cuántas cree usted que son educativas?



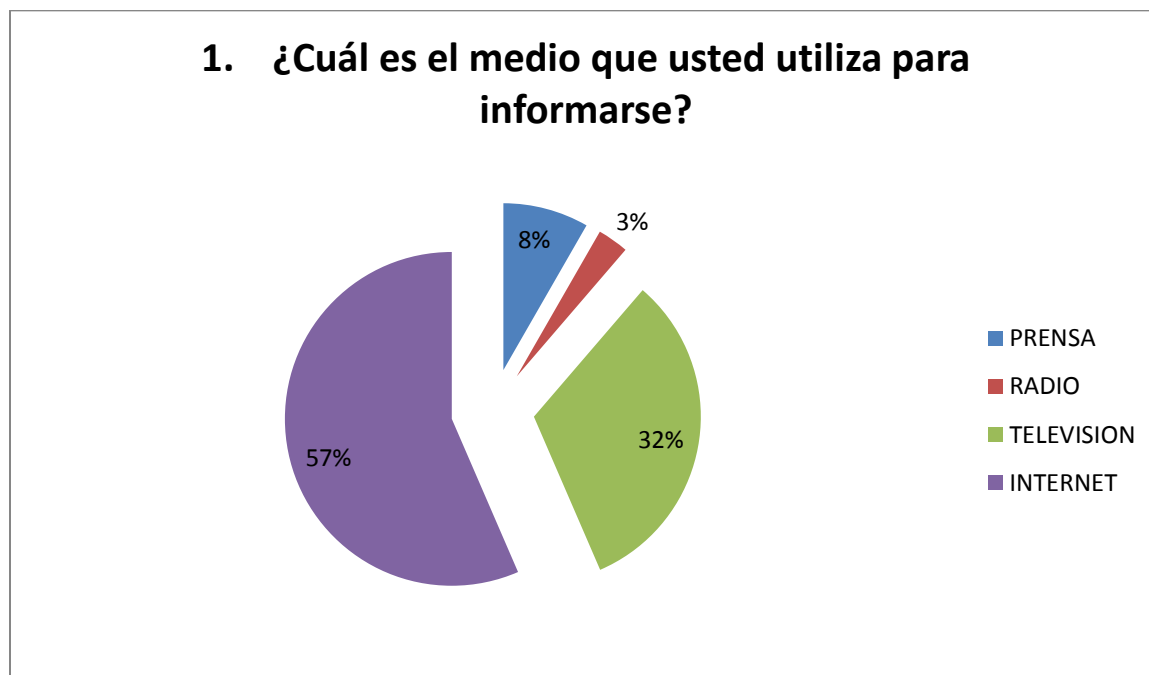
FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA (UPS)

En la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) se realizó las encuestas a 25 estudiantes pertenecientes a quinto de Comunicación Social mención en artes de la imagen.

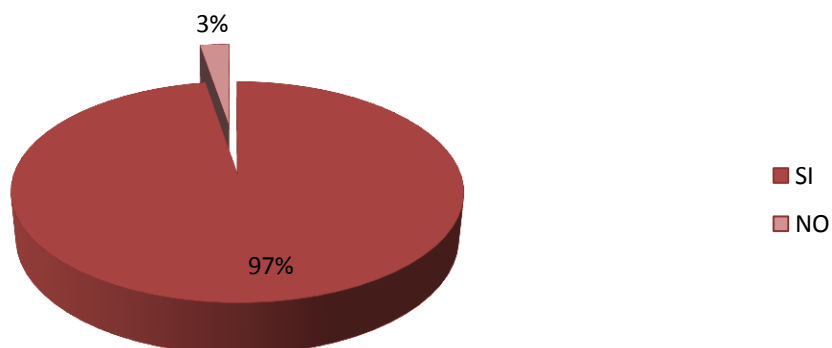


FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



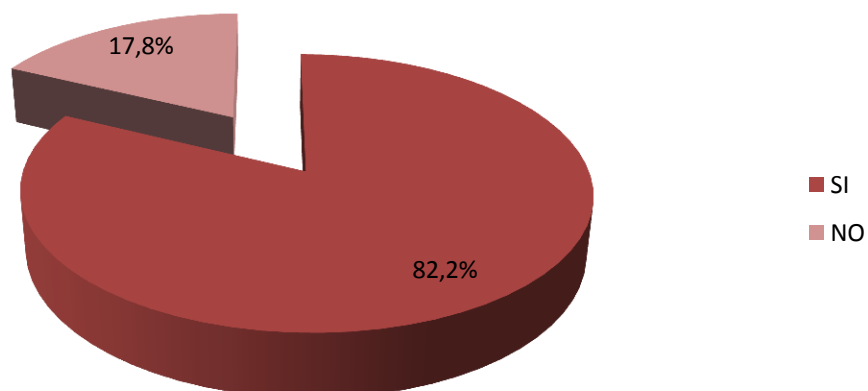
2. ¿Usted cree que el Internet ha permitido que en nuestra ciudad se desarrolle nuevos medios de comunicación?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

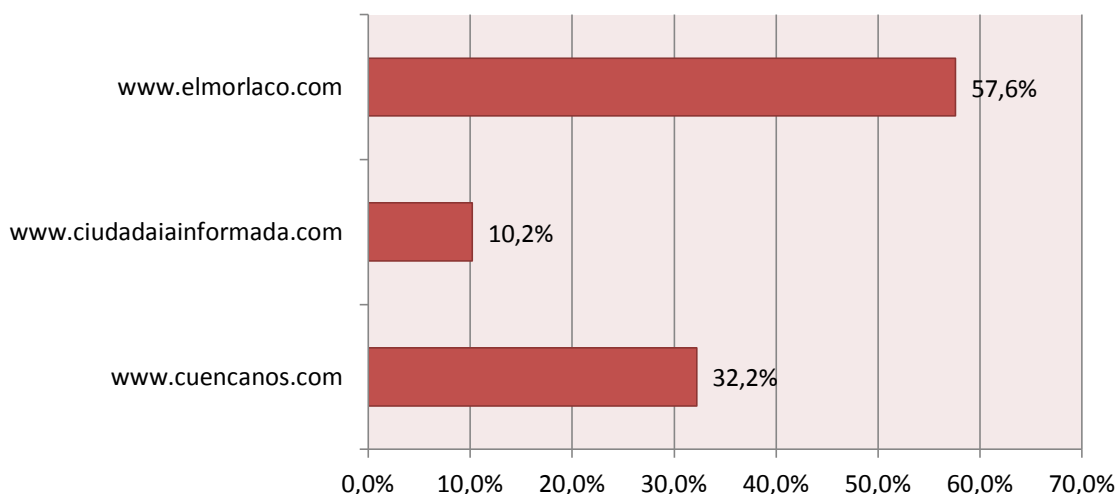
3. ¿Conoce algún medio digital de nuestra ciudad?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

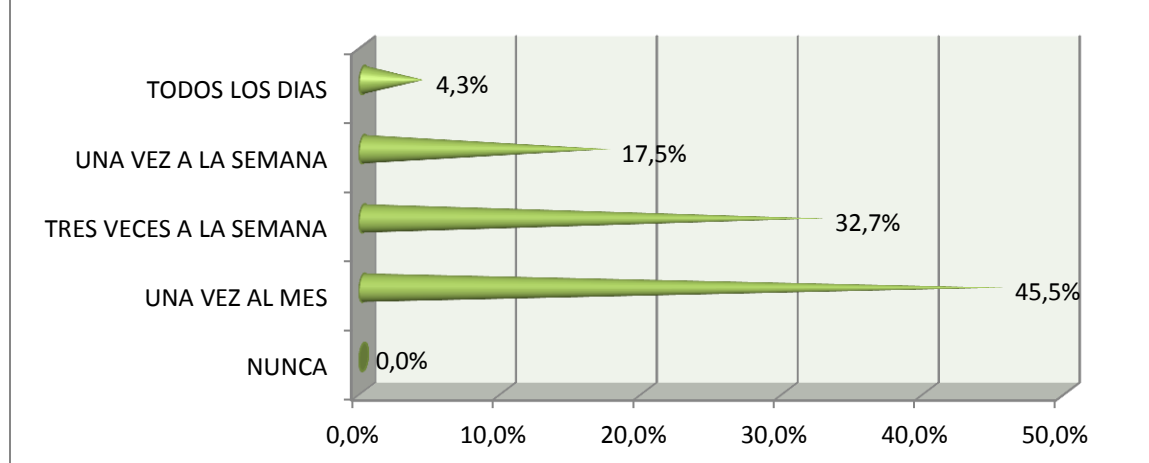
4. ¿Ha visitado alguna vez éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

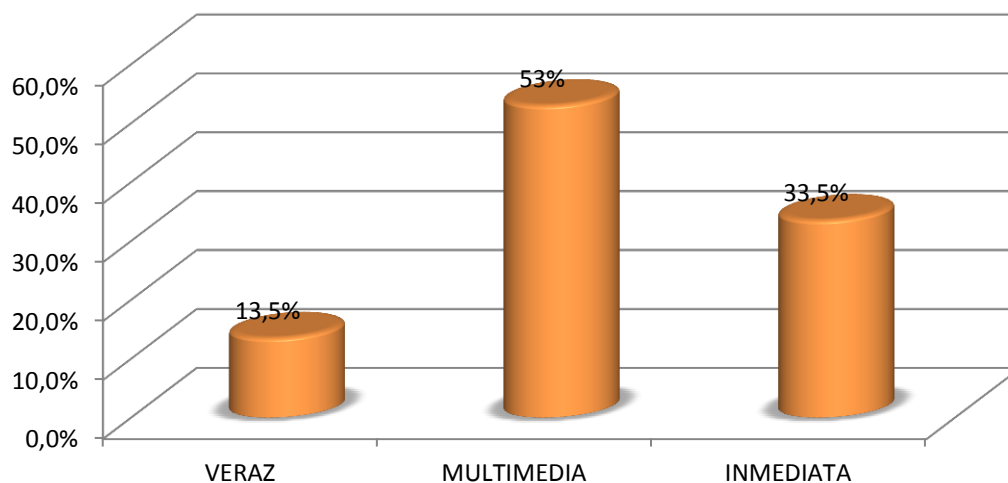
5. ¿Con qué frecuencia ha visitado éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

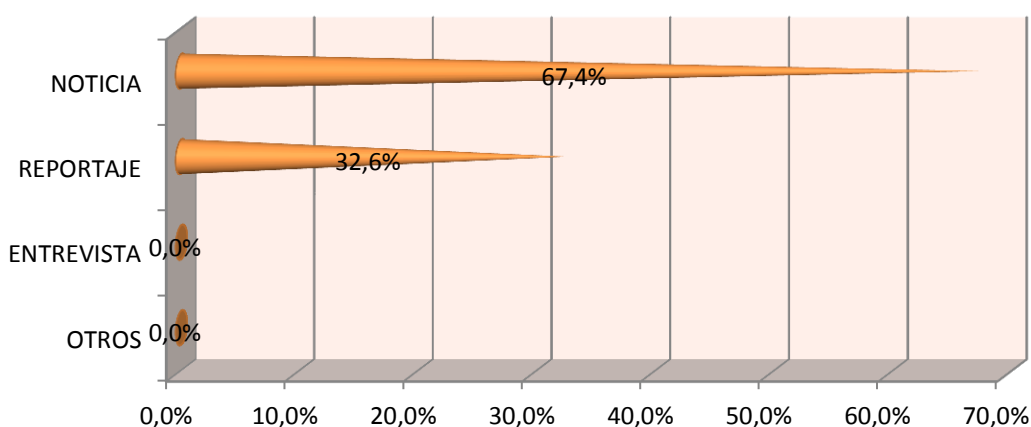
6. Cree usted que la información que transmiten estos medios digitales son:



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

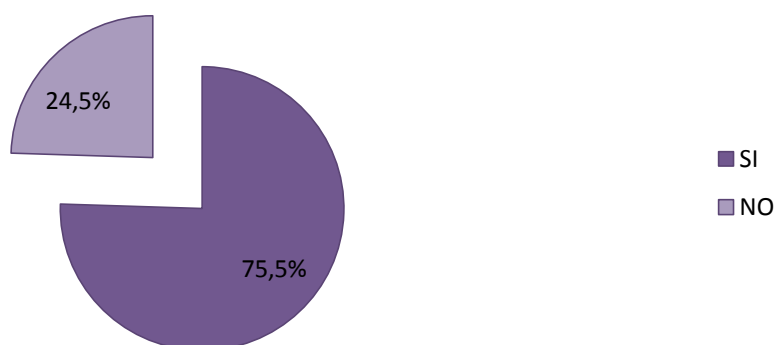
7. Según su criterio ¿Qué género periodístico es el más utilizado en los periódicos digitales?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

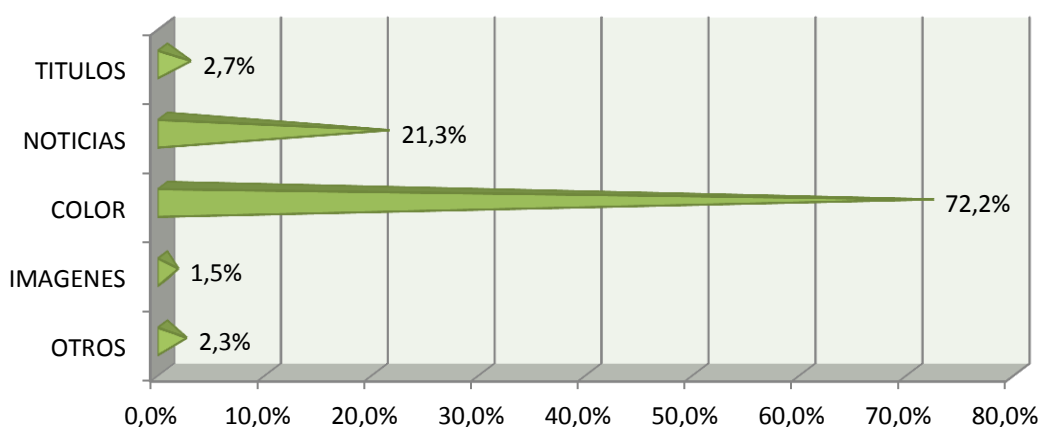
8. ¿Cree usted que la redacción para la web debe ser diferente al que se realiza en un medio impreso?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

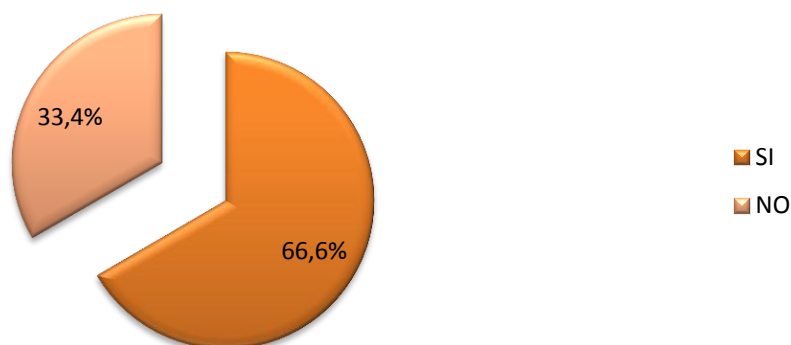
9. ¿En qué cree usted que se diferencia la portada de un medio impreso de un periódico digital?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

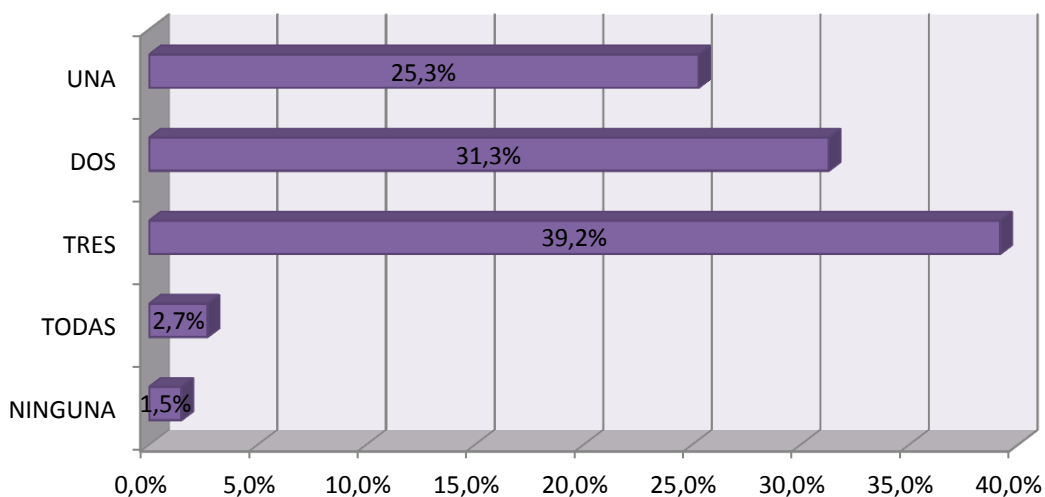
10. ¿Usted cree que la información que transmiten los medios digitales permiten que se produzca la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

11. ¿De las noticias que difunden estos medios digitales, cuántas cree usted que son educativas?



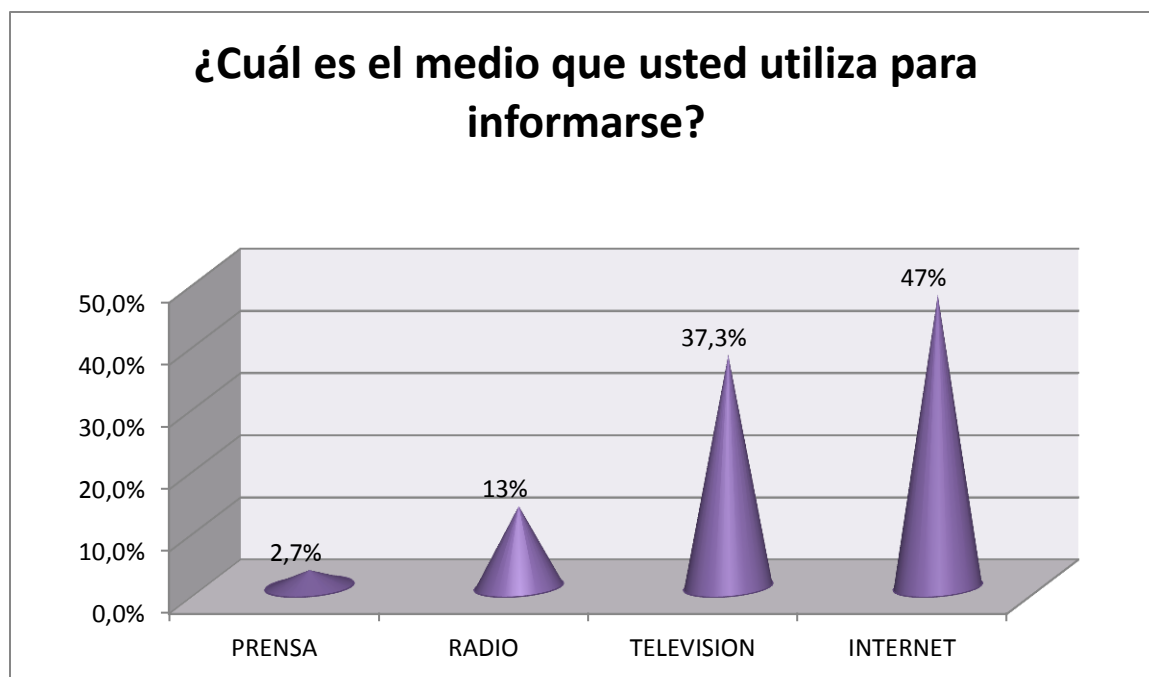
FUENTE: Quinto ciclo de Comunicación Social de la UPS

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



UNIVERSIDAD DEL AZUAY (UDA)

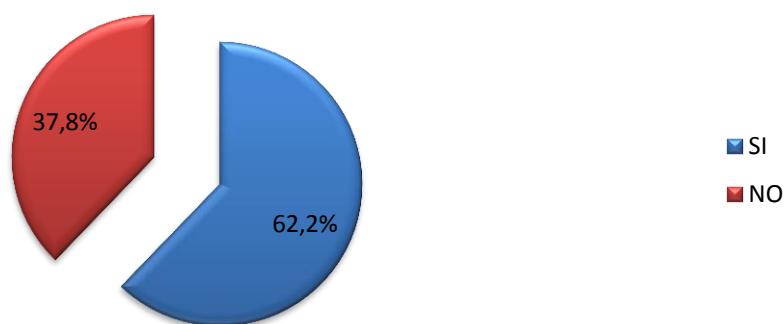
En la Universidad del Azuay se realizó las encuestas a 29 estudiantes pertenecientes a quinto y séptimo ciclo de Comunicación Social.



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

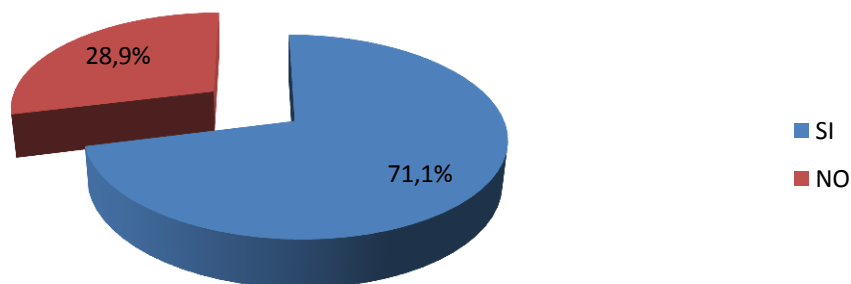
2. ¿Usted cree que el Internet ha permitido que en nuestra ciudad se desarrolle nuevos medios de comunicación?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

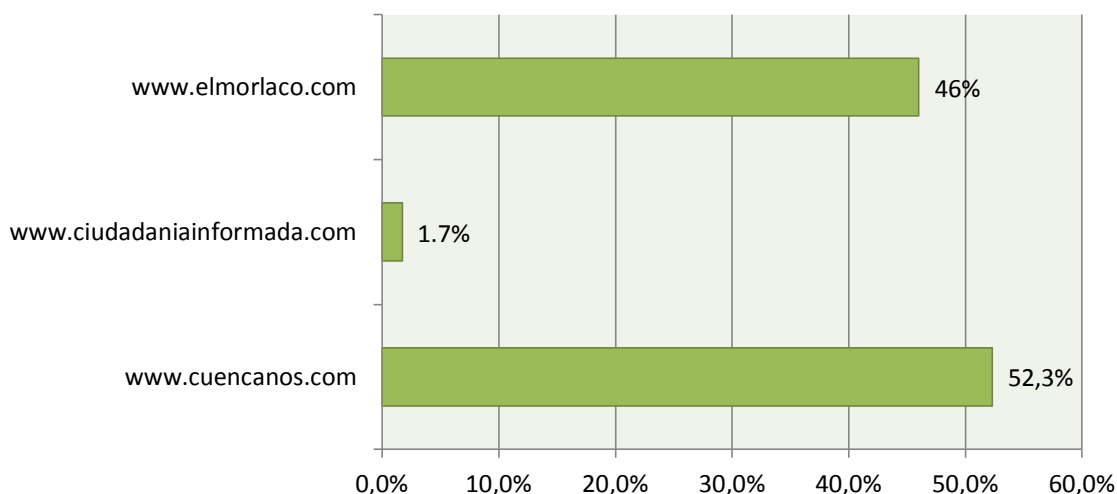
3. ¿Conoce algún medio digital de nuestra ciudad?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

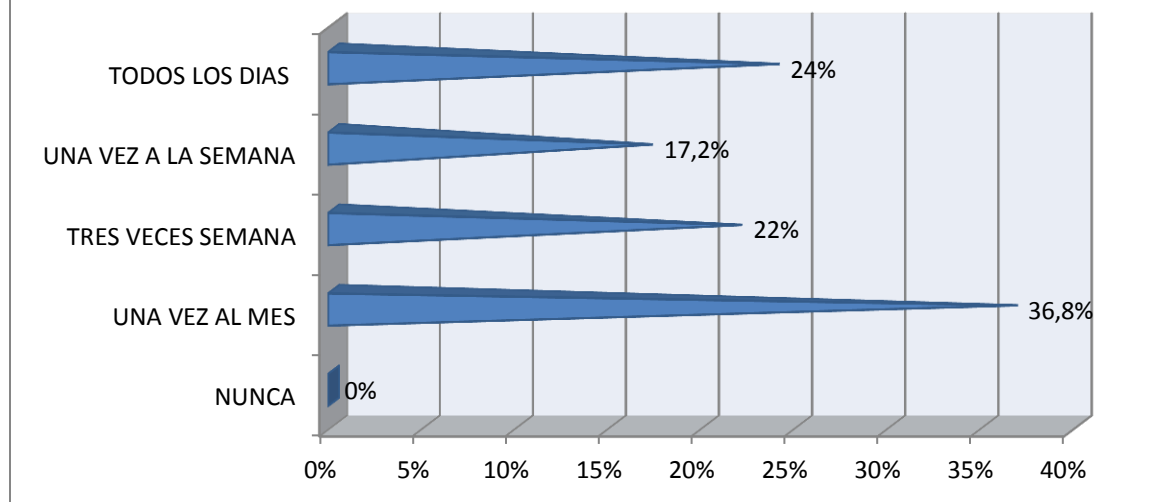
4. ¿Ha visitado alguna vez éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

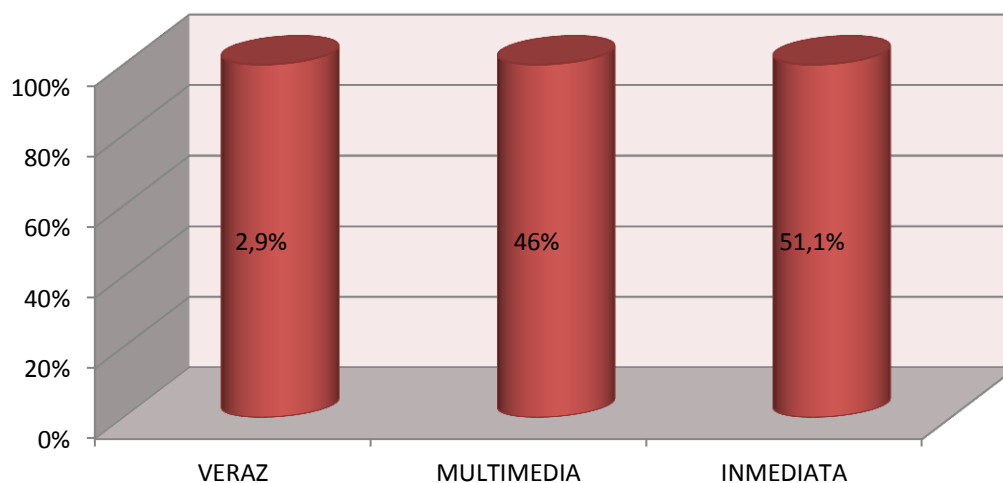
5. ¿Con qué frecuencia ha visitado éstos medios digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

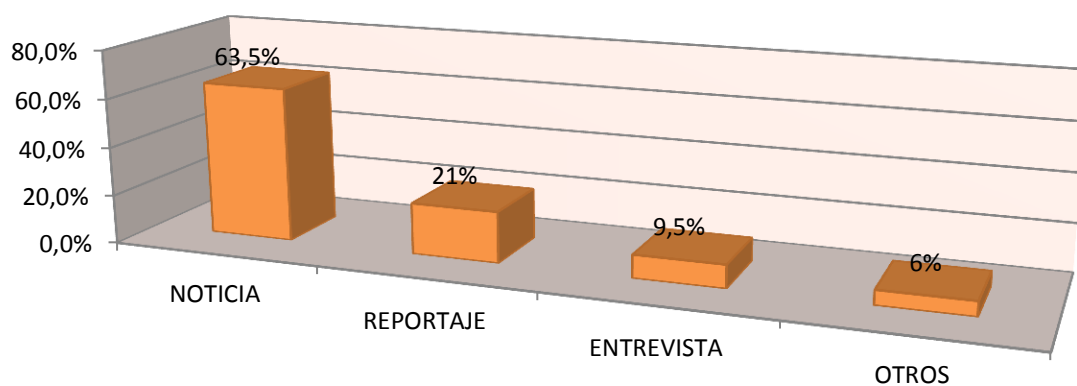
6. Cree usted que la información que transmite estos medios digitales son:



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

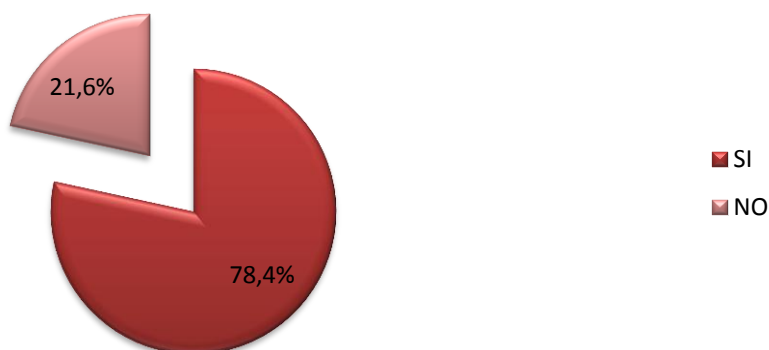
7. ¿Qué género periodístico es el más utilizado en los periódicos digitales?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

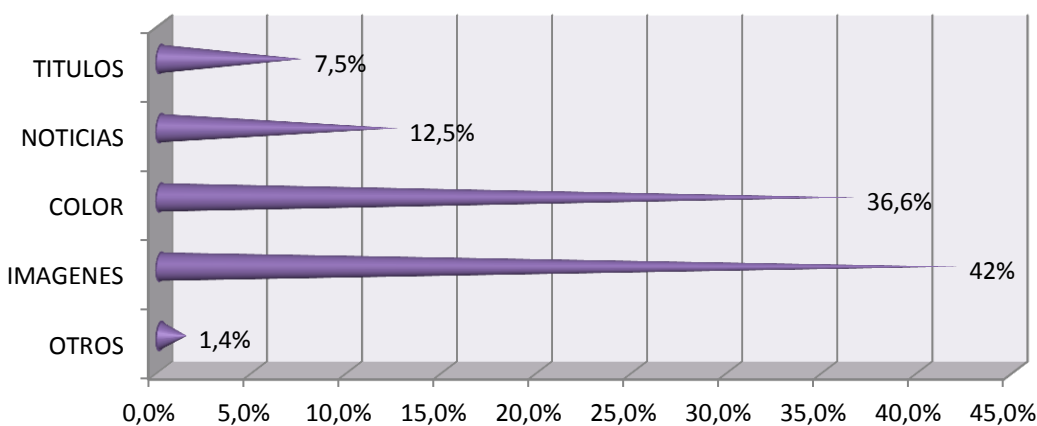
8. ¿Cree usted que la redacción para la web debe ser diferente al que se realiza en un medio impreso?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

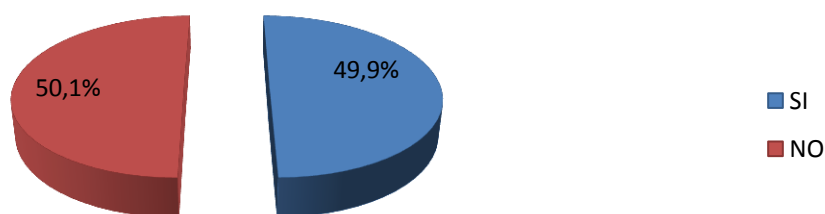
9. ¿En qué cree usted que se diferencia la portada de un medio impreso de un periódico digital?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

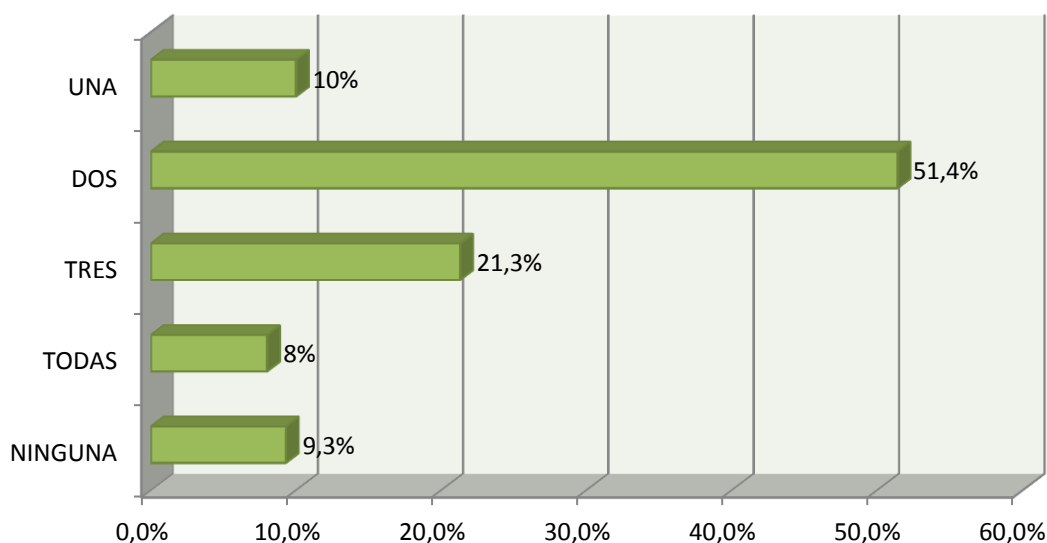
10. ¿Usted cree que la información que transmiten los medios digitales permiten que se produzca la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

11. ¿Cuántas cree usted que son educativas?



FUENTE: Quinto y Séptimo ciclo de Comunicación Social de la UDA

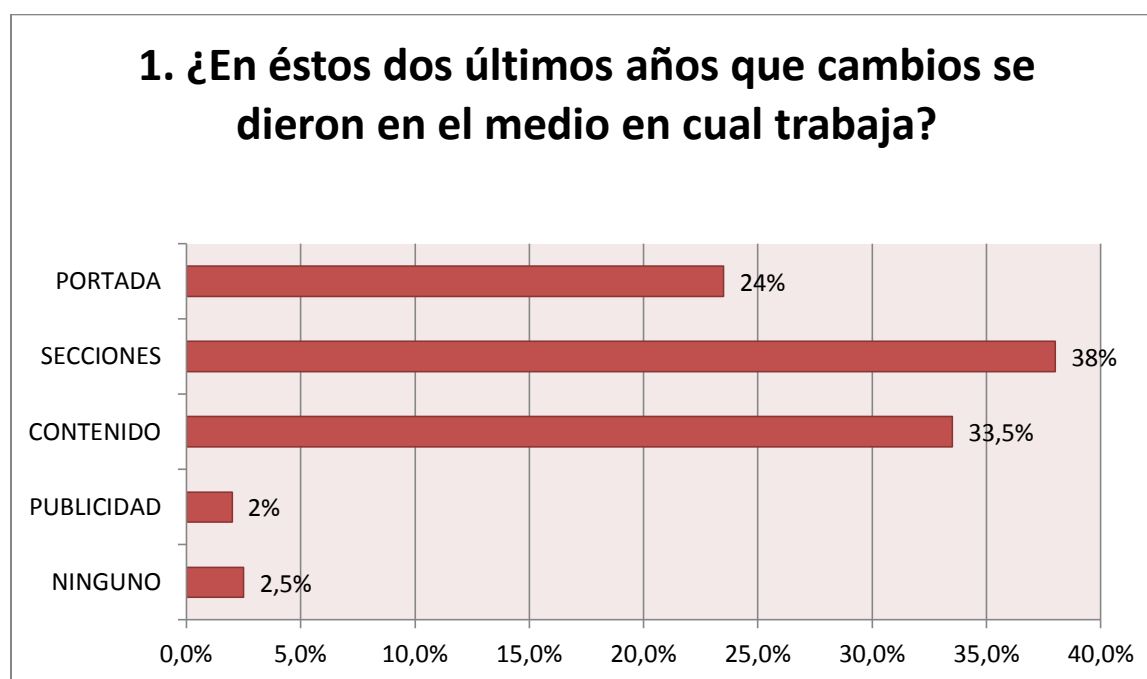
AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS PERIODISTAS

La siguiente encuesta se realizó a los periodistas que trabajan en el área de redacción de los tres medios digitales de nuestra investigación como son: cuatro periodistas de www.elmorlaco.com.ec; un periodista de www.cuencanos.com y dos periodistas de www.ciudadaniainformada.com. Además se realizó a los periodistas que laboran en los dos diarios impresos de nuestra ciudad como son: cinco periodistas de El Mercurio y 11 periodistas de El Tiempo, esta encuesta se realizó con el fin de contrastar la información con los medios digitales.

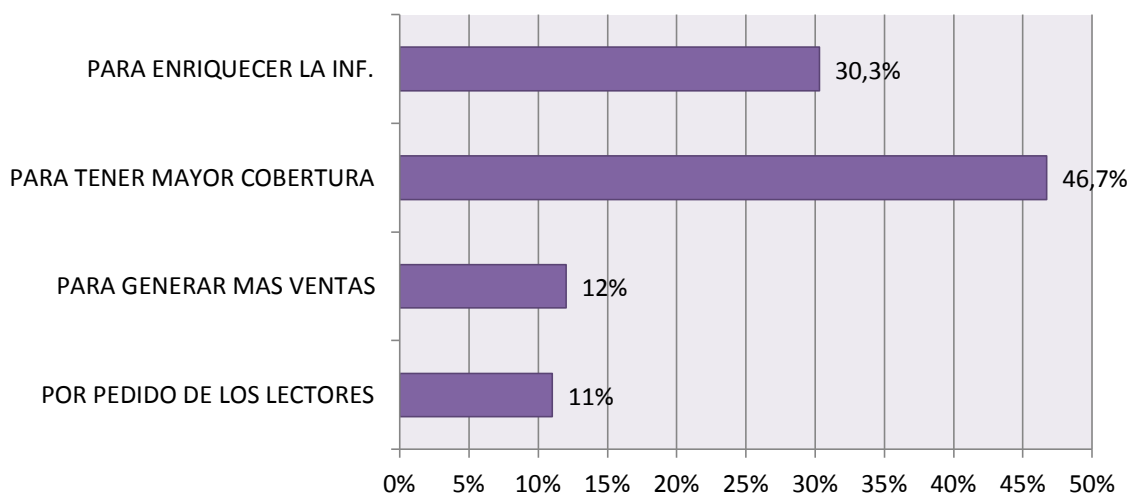
MEDIO IMPRESO (16 encuestados)



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

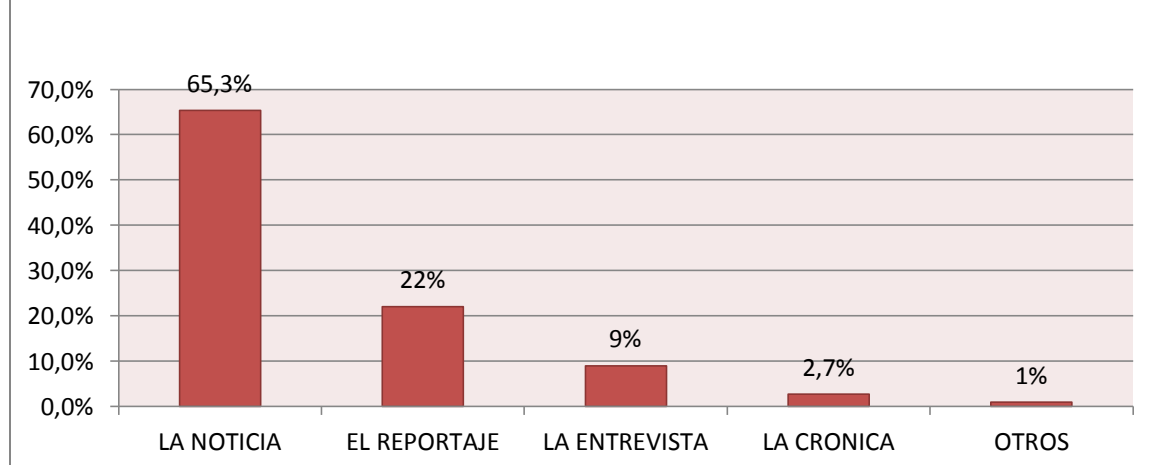
2. ¿Usted por qué cree que se dieron estos cambios?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

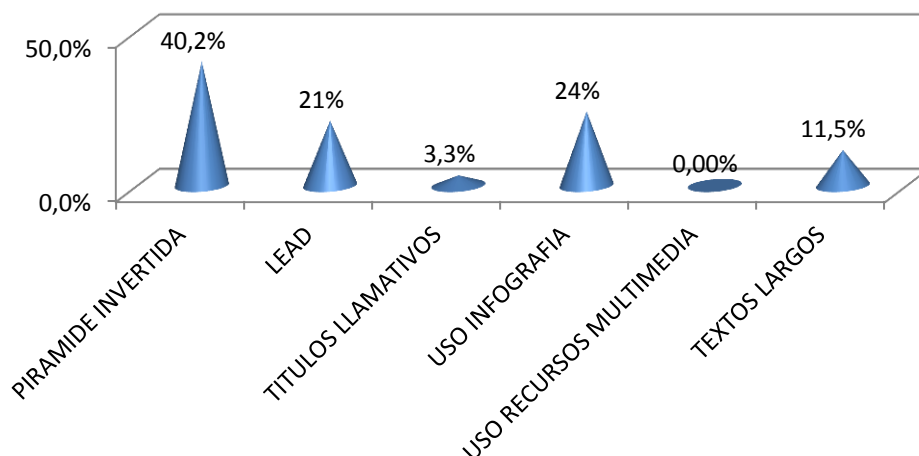
3. ¿Qué género periodístico es el que más utiliza?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

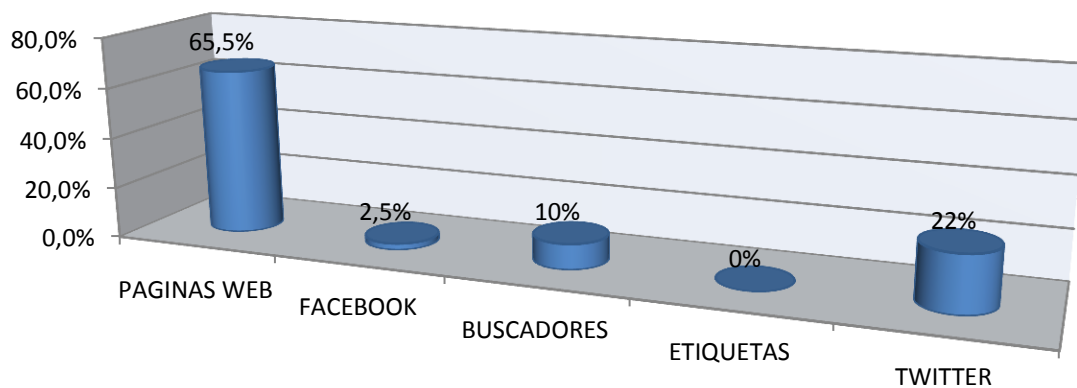
4. Según el medio en que trabaja ¿En qué se caracteriza la redacción de una noticia?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

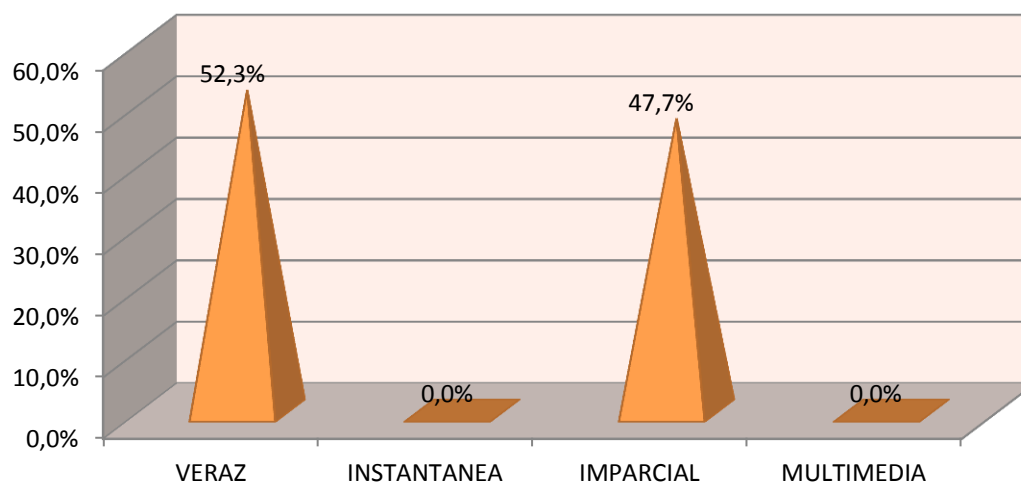
5. ¿Qué herramientas digitales usted utiliza para el desarrollo periodístico?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

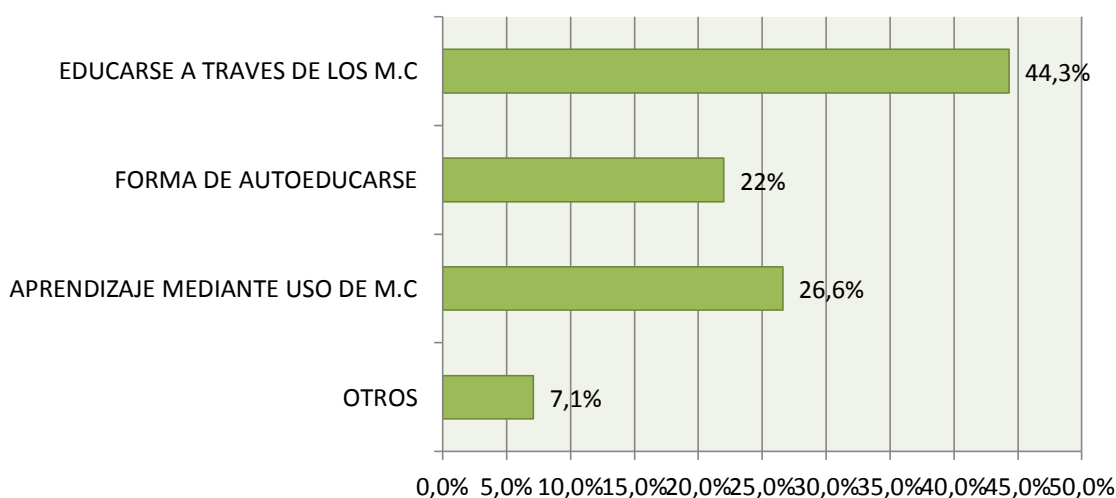
6. La información que usted transmite es:



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

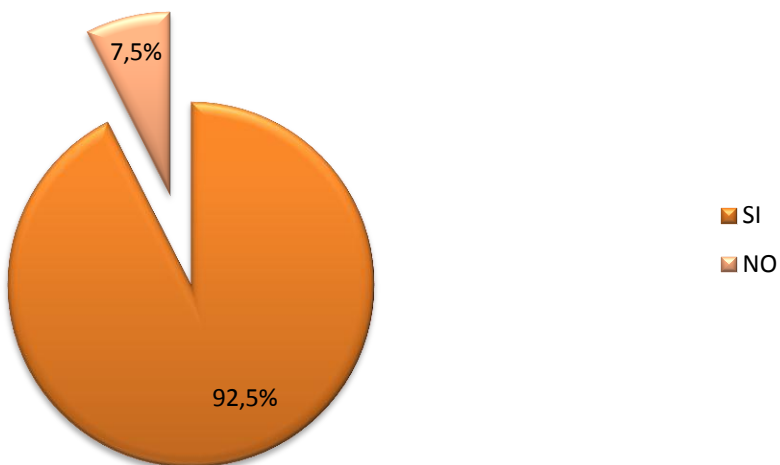
7. Para usted ¿Qué es la educomunicación?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

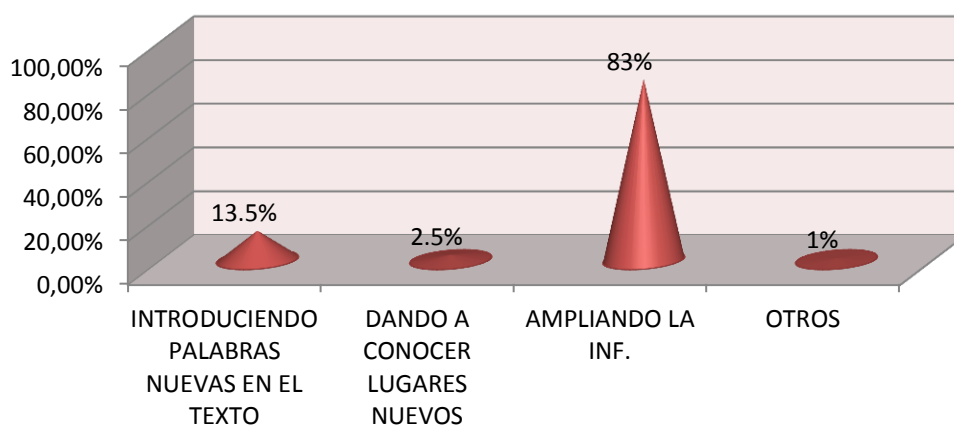
8. ¿En el medio que usted trabaja se produce la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

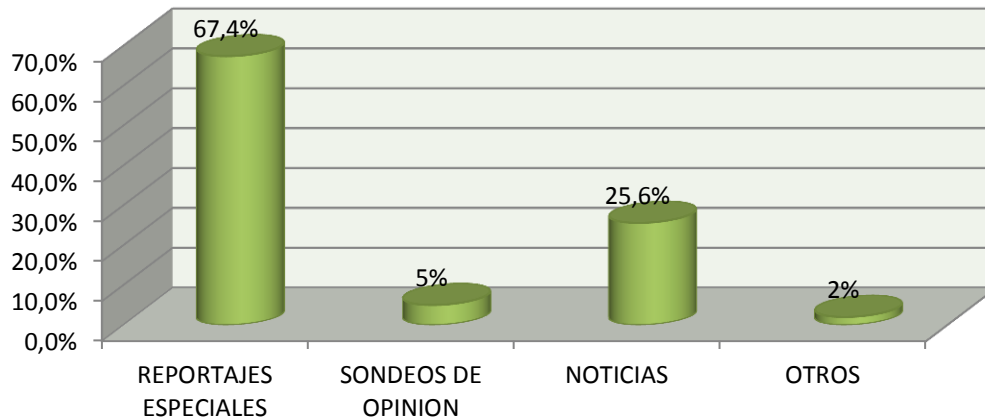
9. ¿Cómo cree usted que se produce la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

10. A su criterio ¿En qué secciones educa el medio en cual trabaja?



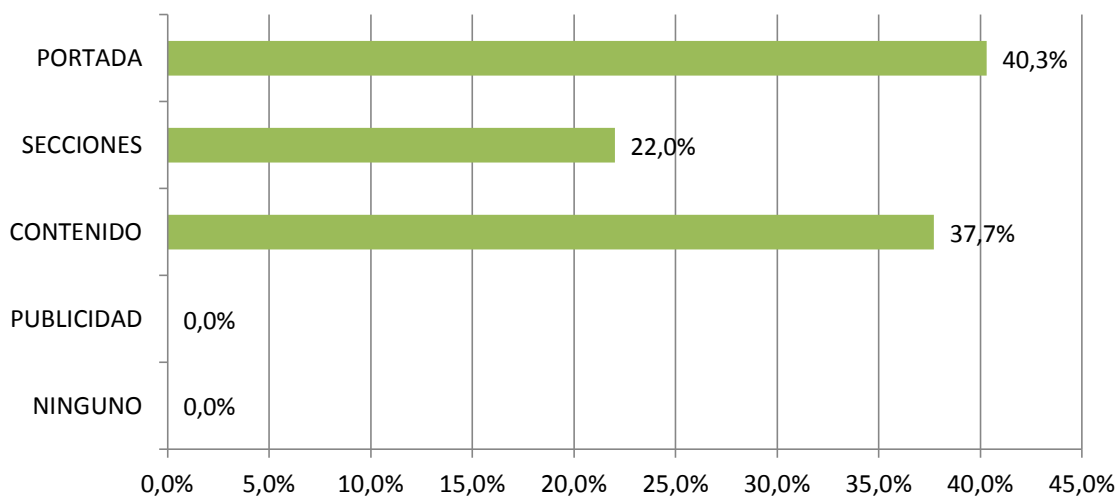
FUENTE: Diario El Tiempo y Diario El Mercurio

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

MEDIO DIGITAL (6 encuestados)

A diferencia del 38% de los periodistas que trabajan en el medio impreso creen que los cambios que se dieron en el medio en cual trabajan son en las secciones, en cambio el 40.3% de los periodistas que trabajan en un medio digital creen que los cambios que se dieron fueron en la portada una de las razones fue para generar más ventas.

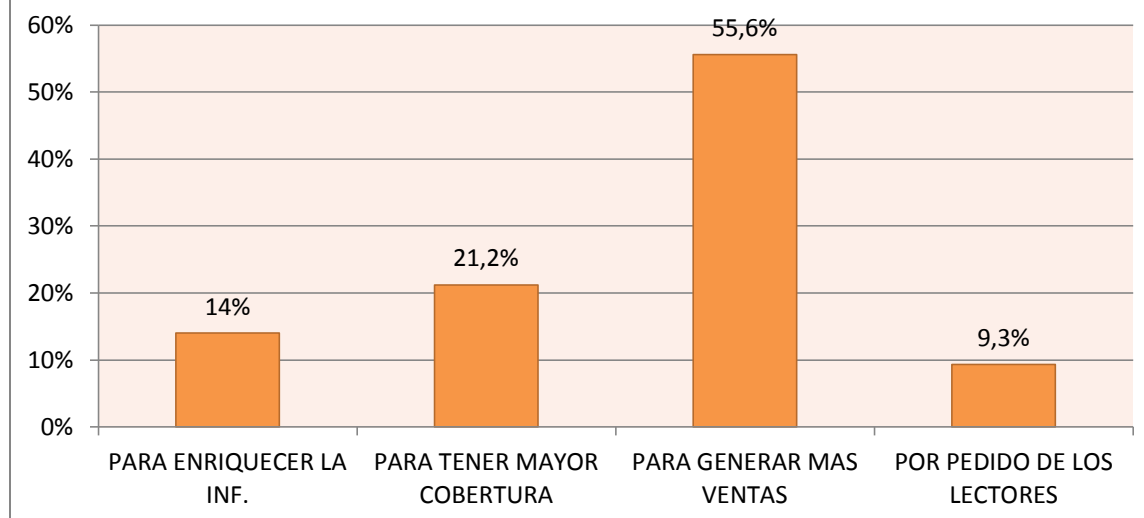
1. ¿En éstos dos últimos años que cambios se dieron en el medio en cual trabaja?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

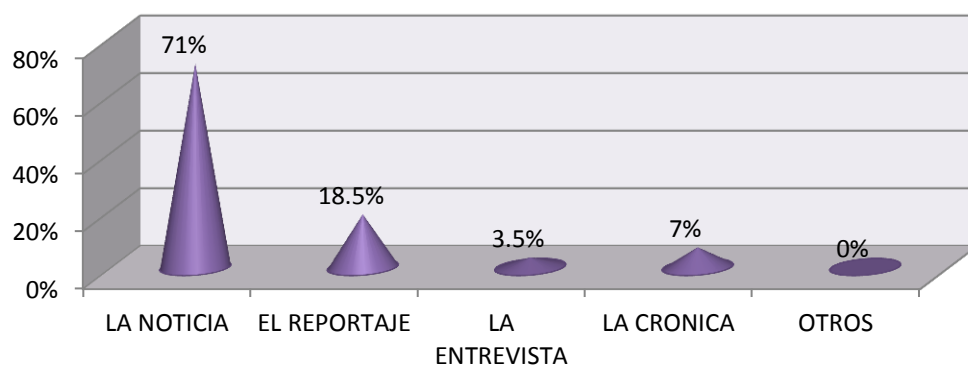
2. ¿Usted por qué cree que se dieron estos cambios?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

3. ¿Qué género periodístico es el que más utiliza?

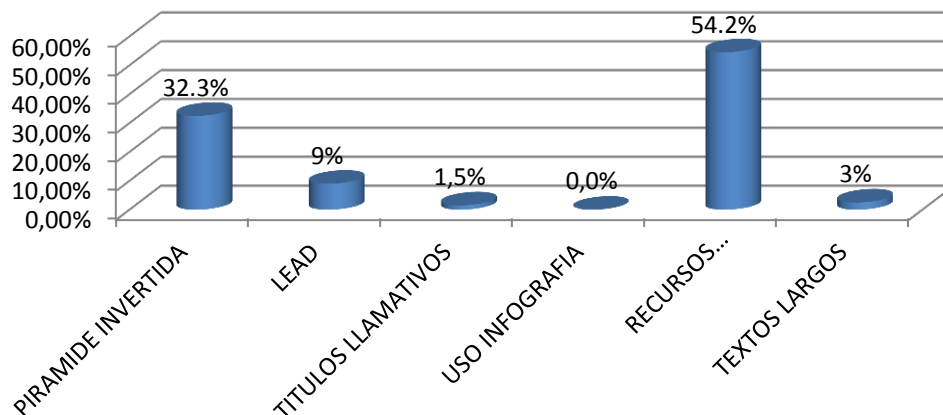


FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

A diferencia del 40.2% de los periodistas que trabajan en el medio impreso dicen que la pirámide invertida es una característica de la redacción de una noticia, en cambio, el 54.2% dice que en el medio digital se caracteriza por el uso de los recursos multimedia.

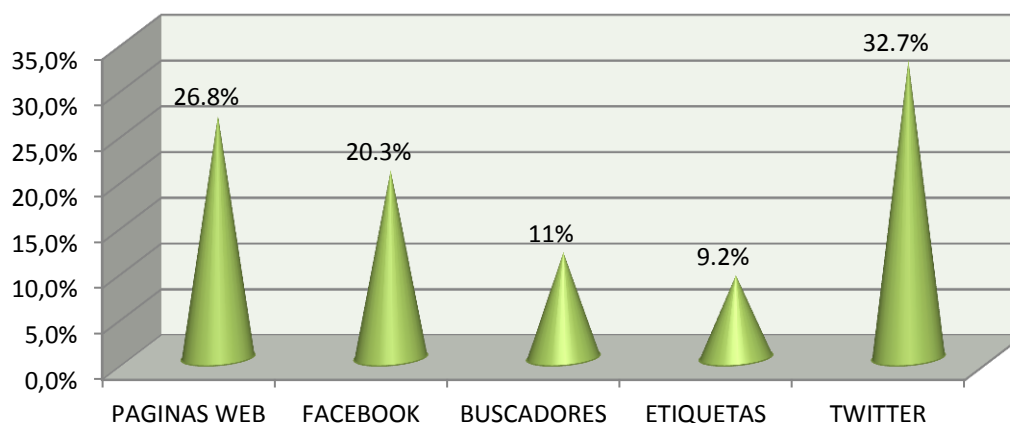
4. Según el medio en que trabaja ¿En qué se caracteriza la redacción de una noticia?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

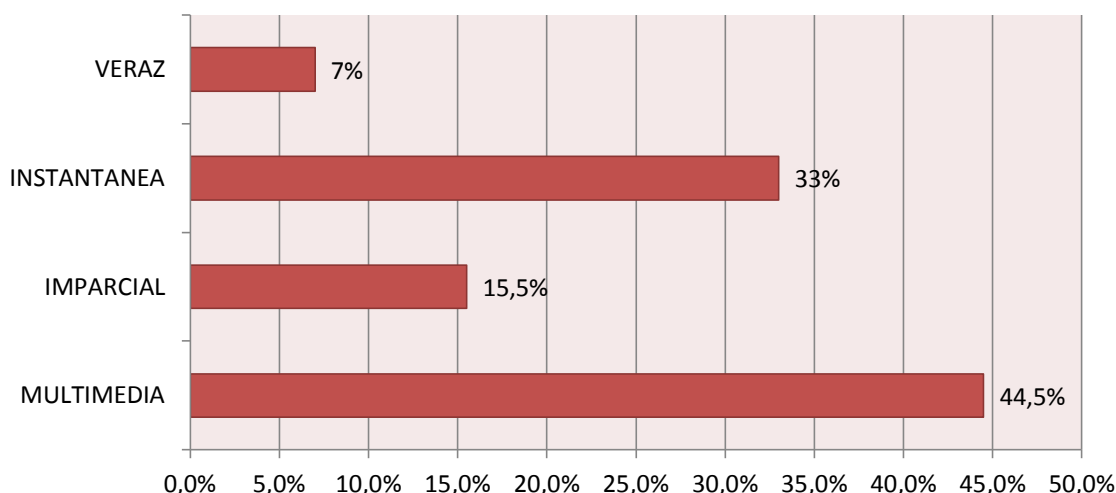
5. ¿Qué herramientas digitales usted utiliza para el desarrollo periodístico?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

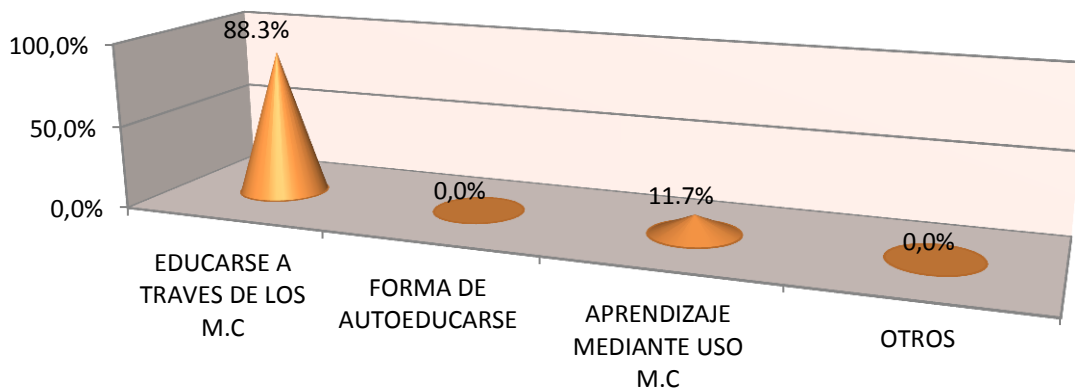
6. La información que usted transmite es:



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

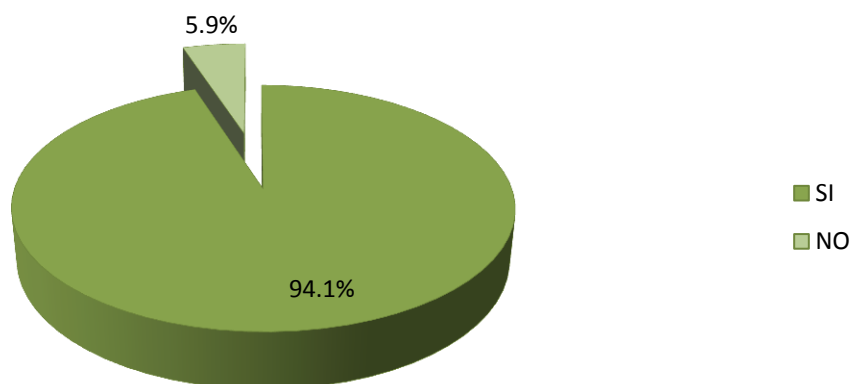
7. Para usted ¿Qué es la educomunicación?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

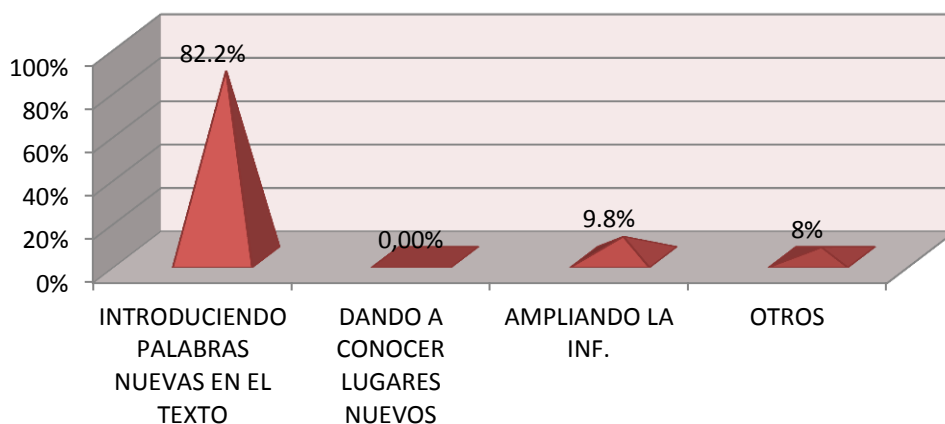
8. ¿En el medio que usted trabaja se produce la educomunicación en los lectores?



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero

9. ¿Cómo cree usted que se produce la educomunicación en los lectores?

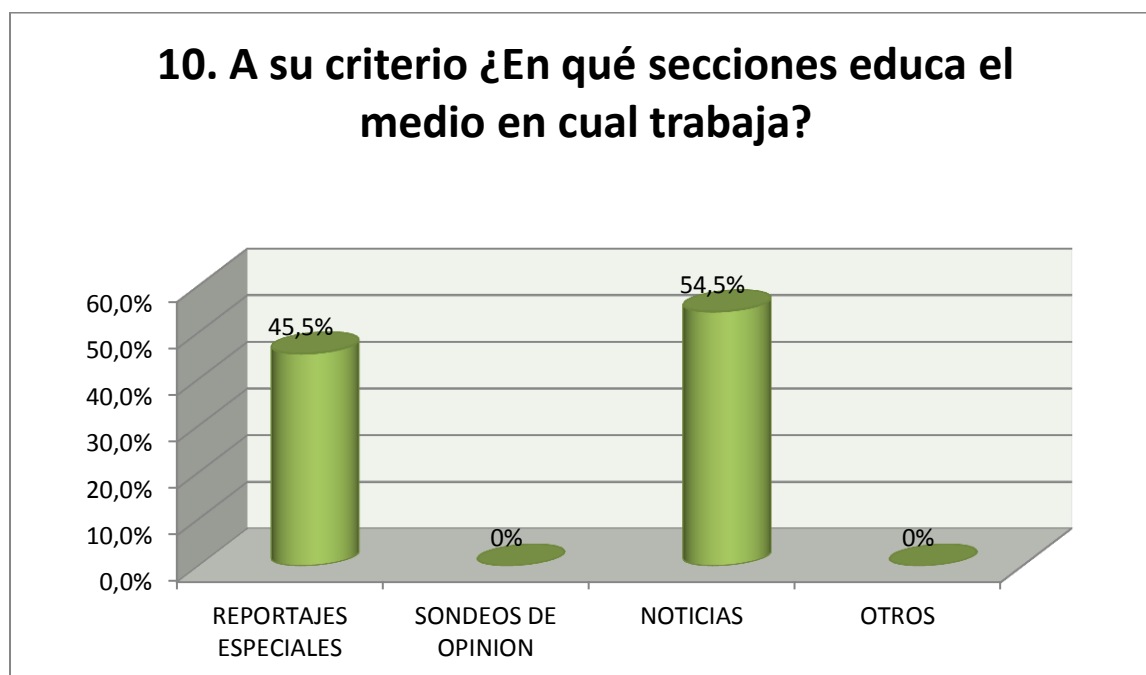


FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



El 67.5% de los periodistas que laboran en el diario El Tiempo y el diario El Mercurio creen que en las secciones que se educa a los lectores son a través de los reportajes especiales que se publican los domingos en cada medio. En cambio, el 54.5% de los periodistas de El Morlaco, de Ciudadanía Informada y de Cuencanos cree que se educa a los cibernautas a través de las noticias que se publican diariamente en cada medio digital.



FUENTE: Cuencanos.com; El morlaco.com; Ciudadaniainformada.com

AUTORES: Patricia Arpi y Digna Romero



CONCLUSIONES DE NUESTRO ESTUDIO DE CAMPO EN LAS UNIVERSIDADES

- ✓ El 58% de los estudiantes de quinto ciclo de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y el 47% de los estudiantes de quinto y séptimo ciclo de la Universidad del Azuay (UDA) utilizan como medio para informarse el Internet a diferencia del 50% de los estudiantes de quinto y séptimo ciclo de la Universidad de Cuenca que utilizan la televisión como medio para informarse.
- ✓ Según el criterio de los estudiantes de Comunicación Social de los ciclos antes mencionados de las tres Universidades como son: el 97% de la UPS, el 62.2% de la UDA y el 85.5% de la U. Cuenca creen que el Internet si ha permitido que se desarrolle nuevos medios de comunicación en nuestra ciudad.
- ✓ El 82.2% de los estudiantes de la UPS el 75.5% de la U. Cuenca y el 71.1% de la UDA consideran que si conocen un medio digital de nuestra ciudad y entre ellos están las páginas virtuales de cada universidad y las páginas digitales de los medios tradicionales como El Tiempo y El Mercurio de nuestra ciudad.
- ✓ A diferencia del 57.6% de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana y el 45.5% de los estudiantes de la U. Cuenca consideran que han visitado alguna vez el periódico digital elmorlaco.com y el 52.3% de los estudiantes de quinto y séptimo de comunicación social de la UDA han visitado alguna vez la comunidad virtual cuencanos.com. En el caso del periódico digital ciudadaniainformada.com el porcentaje más alto entre las tres universidades es el 14.5% que corresponde a los estudiantes de la Universidad de Cuenca y el más bajo corresponde a la UDA con el 1.7%.
- ✓ Según la frecuencia con la que han visitado los tres medios digitales de nuestra investigación obtuvimos que los estudiantes visitan una vez al mes y una de las causas es porque prefieren informarse a través de otros sitios web.
- ✓ A diferencia del 51.1% de los estudiantes de la UDA creen que la información que transmiten los medios digitales es inmediata y el 53% de los estudiantes de



la UPS y el 45.3% de los estudiantes de la U. Cuenca creen que la información es multimedia.

- ✓ De acuerdo al criterio de los estudiantes con respecto al género periodístico que más se utiliza en los periódicos digitales concuerdan que es la noticia.
- ✓ En otro punto que concuerdan es que la redacción para la web si debe ser diferente al que se realiza en un medio impreso ya que en el Internet se busca inmediatez en la información.
- ✓ A diferencia del 47.2% de los estudiantes de la U. Cuenca y el 42% de la UDA creen que la portada de un medio impreso de un medio digital se diferencia en las Imágenes por la cantidad que en ella se pueden subir y el 72.2% de los estudiantes de la UPS creen que se diferencia por el color.
- ✓ Con respecto a la educomunicación de los lectores a través de la información que transmite los medios digitales se obtuvo que el 66.6% de los estudiantes de comunicación social de la UPS y el 81% de los estudiantes de comunicación social de la U. Cuenca consideran que si se produce la educomunicación en los lectores a diferencia del 50.15 de los estudiantes de la UDA que consideran que no se produce la educomunicación uno de los motivos principales es que un medio de comunicación fue creado para informar y no para educar.
- ✓ Según la opinión de los estudiantes el 51.4% de la UDA creen que de las noticias que difunden los medios digitales solo una contribuye en la educación; en cambio el 39.2% de los estudiantes de la UPS consideran que en tres y el 33.3% de la U. Cuenca creen que en todas las informaciones que transmiten estos medios son educativas.

CONCLUSIONES DE NUESTRO ESTUDIO DE CAMPO EN LOS MEDIOS DIGITALES Y MEDIOS IMPRESOS

- El 40.3% de los periodistas que laboran en los medios digitales como son: elmorlaco.com, ciudadaniainformada.com y cuencanos.com creen que en los dos últimos años en el medio en cual trabajan se cambió la portada uno de los motivos principales fue para generar más ventas. En cambio, el 38% de los



periodistas que laboran en el diario El Tiempo y el Diario El Mercurio creen que los cambios que se dieron fueron en las secciones para tener mayor cobertura.

- El género periodístico que más utilizan tanto en los tres medios digitales como en los medios impresos investigados concuerdan que es la noticia. El segundo género más utilizado es el reportaje con el 18.5% en el caso de los periódicos digitales y el 22% en los medios impresos.
- La redacción de una noticia en el caso de los medios tradicionales investigados se caracteriza con el 40.2% en el uso de la pirámide invertida y en los medios digitales con el 54.2% en el uso de recursos multimedia.
- El 65.5% de los periodistas que laboran en los medios impresos opinan que una de las herramientas digitales que más utilizan en el desarrollo periodístico son las páginas web las mismas que les ayudan a conseguir nuevas fuentes de investigación. Por otra parte, 32.7% de los periodistas de los medios digitales utilizan el twitter ya que a través de este se puede informar instantáneamente y ser complementada en la página del medio en cual trabajan.
- Para los periodistas tanto de la web como de los medios impresos concuerdan que la educomunicación es educarse a través de los medios de comunicación con el 88.3% en el caso del primero y el 44.3% en el caso del segundo.
- Según el 94.1% de los periodistas que trabajan en los medios digitales opinan que en el medio en cual trabajan si se produce la educomunicación en los lectores a través de introducir palabras nuevas en el texto. En el caso de los medios impresos el 92.5% de los periodistas concuerdan con los periodistas de los medios digitales lo único en que no concuerdan es que el 83% de ellos creen que se produce la educomunicación ampliando la información.
- Con respecto a las secciones en donde educa el medio en cual trabajan el 54.5% de los periodistas de los periódicos digitales opinan que se educa en la sección de noticias. En cambio, el 67,4% de los periodistas de los medios impresos opinan que en los reportajes especiales que se publican los fines de semana.



CONCLUSIONES

- El surgimiento de Internet a nivel mundial originó la evolución tecnológica, el desarrollo de las herramientas digitales y la creación de nuevos medios de comunicación como: el correo electrónico, las redes sociales y los periódicos digitales.
- En la ciudad de Cuenca existen dos periódicos digitales, www.elmorlaco.com.ec, www.ciudadaniainformada.com y una comunidad virtual www.cuencanos.com, siendo esta última la pionera en utilizar el Internet y sus herramientas digitales para publicitar foto y video reportajes, bienes y servicios.
- Las herramientas multimedia permiten que la información se más inmediata, rápida, que integre texto, audio, video y sonido en un mismo artículo periodístico, a la vez los cibernautas pueden interactuar y participar de la información en tiempo real, accediendo a las noticias cuando los hechos están ocurriendo.
- En un medio digital la redacción periodística es más condensada, multimedia e interactiva.
- En relación a los géneros periodísticos, la noticia es el más utilizado en los periódicos digitales [elmorlaco.com.ec](http://www.elmorlaco.com.ec) y [ciudadaniainformada](http://www.ciudadaniainformada.com) debido su carácter objetivo, informativo e imparcial, pero en la comunidad virtual [cuencanos.com](http://www.cuencanos.com) el fotoreportaje y videoreportaje son los géneros más utilizado.
- La infografía es casi nula en los tres medios estudiados por dos razones: el costo que implica su uso y la falta de conocimiento acerca del mismo.
- La forma de hacer periodismo no ha cambiado con el desarrollo tecnológico, al contrario ha permitido una integración de todas las ramas periodísticas (prensa,



radio y televisión), es decir los periodistas de hoy son locutores, redactores, presentadores y fotógrafos al mismo tiempo.

- En los medios digitales Morlaco.com, Ciudadanía informada y la comunidad virtual Cuencanos.com, sus contenidos están determinados por la agenda que utiliza cada medio, en la cual se establece las temáticas, títulos, ejes, responsables, soportes digitales, recursos literarios y multimedia.
- Las redes sociales como: Facebook y Twitter son consideradas herramientas multimedia porque facilitan la labor periodística debido a su alcance, inmediatez e impacto en la sociedad, además porque permiten contactarse y realizar entrevistas a los funcionarios públicos, autoridades, etc., asimismo buscar noticias o eventos más sobresalientes de hechos que ocurren en el país o el mundo.
- A pesar del gran auge tecnológico por el que atraviesa la sociedad los periódicos digitales en Cuenca aún no tienen un gran impacto social debido a que el acceso a Internet es limitado por su costo, y por la falta de conocimiento y poca difusión de algunos periódicos digitales, (como es el caso de ciudadaniainformada).
- A través de los comentarios, los hipervínculos, la difusión de noticias multimedia, introducción de nuevas palabras, fotoreportajes, las redes sociales etc., los periódicos digitales fomentan la educomunicación, es decir la educación a través de los medios de comunicación.



RECOMENDACIONES

1. Crear un espacio específicamente para interactuar con los cibernautas ya que de ellos puede nacer nuevos temas de investigación.
2. Actualizar constantemente los reportajes especiales que tienen cada medio digital porque los lectores lo que buscan en una página es información de actualidad.
3. Hacer posesionar el periódico digital a través de otros medios de comunicación para que así la ciudadanía conozcan cada uno de los portales y puedan confiar en la publicidad on-line.
4. Tratar de realizar la mayor parte de noticias y reportajes multimedias para que las mismas no sean tediosas ante los ojos del lector o ciberlector.
5. Realizar cambios con más frecuencia no sólo en la portada sino también en los contenidos.
6. Tomar en cuenta las sugerencias recibidas por parte de los lectores y si es posible responder cada una de las inquietudes.
7. En el caso de la comunidad virtual cuencanos.com actualizar la sección de noticias y dar seguimiento a las mismas.
8. En el caso de Ciudadanía Informada hacerse conocer más en nuestra ciudad a través de canjes con otros medios de comunicación sean televisivos, escritos o



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

radiales o en la misma web a través de páginas sociales como el Facebook y el Twitter.

9. En el caso de El morlaco.com utilizar más recursos multimedias en la presentación de la información.
10. Tratar de crear un espacio dedicado a la educación porque en el periodismo hay que saber educar, entretener e informar.
11. Dar capacitación continua a los periodistas con respecto a la redacción para la web y el uso de recursos multimedia.



GLOSARIO

Periódico digital: se lo puede definir como “medios interactivos” que se diferencian de los medios tradicionales en la producción informativa (no se rige a una estructura lineal sino más bien el periodista es el que decide en dónde utilizar los enlaces dentro de una noticia), en la interactividad (los usuarios adquieren un papel más activo que de receptores se pueden convertir en comunicadores) y los nuevos contenidos.

Comunidad virtual: es una página web en donde el papel de los usuarios debe ser eminentemente activo y participativo con el objetivo de tener intereses comunes entre sí. La temática de las comunidades virtuales dependerá de los objetivos que se hayan marcado los miembros que las componen. Por ejemplo: existen comunidades virtuales dedicadas al ocio, a la formación, al fomento de relaciones profesionales, a la prestación y venta de algún servicio o producto, entre otros.

Internet: es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que logra un alcance mundial.

World Wide Web (WWW): es una inmensa red virtual que lo engloba todo: Internet, páginas web (documentos en formato hipertexto), buscadores y servidores.

HTML (HyperText Markup Language): es un protocolo que permite la transmisión de imágenes por Internet.

Multimedia: es la capacidad de combinar texto, audio, imágenes y videos en un solo documento



Hipertextualidad: es la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí, es decir, de un texto podemos irnos hacia otro y otro texto permitiendo que los cibernautas obtengan información hasta donde ellos crean necesario.

Interactividad: A la interactividad se la entiende como a la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio, es decir, cuando el lector puede elegir por sí mismo el itinerario hipertextual, navegando de noticia en noticia a través de los enlaces ya se considera una experiencia interactiva.

IRC (Internet Relay Chat): es la aplicación que permite la comunicación en tiempo real entre usuarios conectados.

Enlaces o links: permiten ofrecer la información de distintas maneras, de ordenar la lectura en distintos recorridos, y dan al usuario la posibilidad de explorar un aspecto concreto de la información sin tener que leer detalladamente la totalidad del texto.

Etiquetas: sirven para clarificar y clasificar la información.

Buscadores: son el principal recurso empleado por los usuarios para navegar por Internet. Google se destaca entre los más usados con tres billones de páginas indexadas, que equivalen a la mayor base de datos de la Red.

URL (Universal Resource Locator): es un localizador o dirección principal de un sitio web que lo ubica dentro del ciberespacio.

El sitio web: está formado por un conjunto de páginas por enlaces internos y relacionados con el exterior por enlaces externos.

Ciberespacio: es un conjunto o realidad virtual donde se agrupan usuarios, páginas web, chats, y demás servicios de Internet y otras redes. El término fue utilizado por primera vez por William Gibson, escritor norteamericano en su novela de ciencia ficción "Neuromante" publicada en 1984.

Ciberperiodismo: Es una nueva forma de hacer periodismo que utiliza el ciberespacio para investigar, elaborar y sobre todo difundir mensajes informativos.



Cibermedio: es una aplicación, un software con apariencia de producto elaborado “a partir de”. Pero es una aplicación que responde a unos intereses editoriales muy concretos y que debe ser realizado en trabajo conjunto entre programadores, diseñadores y periodistas.

IP: identifica de manera única cada ordenador en su propia red porque en cada computador puede estar de dos o más personas.

Educomunicación: es un proceso que busca formar e informar un conjunto de dimensiones educativas mediante la alfabetización mediática y el uso de los recursos tecnológicos.

WIFI: es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Los dispositivos habilitados con Wi-Fi, tales como: un ordenador personal, una consola de videojuegos, un smartphone o un reproductor de audio digital, pueden conectarse a Internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica.



BIBLIOGRAFIA

- ✓ Cantavella Juan, Serrano José Francisco, Redacción para periodistas: informar e interpretar, Editorial Ariel, Barcelona – España, 2004, pág. 105.
- ✓ Díaz Noci Javier y Salaverría Ramón, “Manual de Redacción Cibeperiodística”, Editorial Ariel, Barcelona, pág 452
- ✓ FRANCO Guillermo, Cómo escribir para la Web. En: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php
- ✓ GARGUREVICH Juan, Géneros Periodísticos, Quito, Ecuador, Editorial Belén, 1982, pág. 13.
- ✓ Kaplún, Gabriel, “Kaplún, intelectual orgánico. Memoria afectiva” en Educomedia.Alavanca da Cidadania. O legado utópico de Mario Kaplún. Universida de Metodista de Sao Paulo-Catedra UNESCO.
- ✓ MURAD, M (2001): “El hipertexto, base para reconfigurar la actividad periodística”. En Sala de prensa, N° 34, agosto (www.saladeprensa.org.)
- ✓ NEUS ARQUES Salvador, “Aprender comunicación digital”, Editorial Paidós Ibérica, S.A, Barcelona –España, 2006, pág 19 y 20
- ✓ Restrepo Javier Darío y Herrán María Teresa;”Etica para periodistas”, Grupo Editorial Norma, 2005, Bogotá
- ✓ Salaverría Ramón, editorial Universidad de Navarra, S.A; Pamplona 2005, pág 16

REVISTAS

- ✓ Lo mejor de Chasqui, revista Latinoamericana de comunicación, “periodismo digital”, colección 21, CIESPAL.



ENTREVISTAS

- ✓ Ingeniera Patricia Enríquez, jefe de redacción de www.elmorlaco.com.ec
- ✓ Lcdo. Jorge Barros, periodista de www.elmorlaco.com.ec
- ✓ Cinthya Calle, periodista de www.elmorlaco.com.ec
- ✓ Lcdo. Pablo Villacis, gerente de www.ciudadaniainformada.com
- ✓ Lcdo. Lennin Riera, periodista de www.ciudadaniainformada.com
- ✓ Lcda. Marcela Rengel, periodista de www.ciudadaniainformada.com
- ✓ Ingeniero Enrique Rodas Tapia, gerente propietario de www.cuencanos.com

WEBGRAFIA

- ✓ <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/internethis/>
- ✓ [http:// www.jamillan.com/histoint.htm\](http://www.jamillan.com/histoint.htm)
- ✓ <http://www.distrogeek.com/2010/12/historia-del-internet-en-ecuador/>
- ✓ <http://www.flacso.org.ec/docs/usosinternet>
- ✓ <http://checkfacebook.com/>
- ✓ <http://www.telesemana.com/web3.0/blog/2010/10/14/mintel-y-ecuanet-llevaran-acceso-a-internet-a-instituciones-educativas-rurales/>
- ✓ <http://www.etapa.com>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dico_El_Morlaco_Digital
- ✓ [http:// www.elmorlaco.com.ec](http://www.elmorlaco.com.ec)
- ✓ <http://ecuadorprensalibre.com/?p=1550>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- ✓ [http:// www.ciudadania informada.com](http://www.ciudadaniainformada.com)
- ✓ http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php
- ✓ <http://naveducando.blogspot.com/2010/02/pedagogia-de-la-informacion.html>
- ✓ [http:// es.wikipedia.org/tecnologías de información/](http://es.wikipedia.org/tecnologías de información/)
- ✓ <http://es.wikipedia.org/páginas web/>
- ✓ <http://www.femexfut.org.mx>
- ✓ <http://www.asambleanacional.gob.ec>
- ✓ <http://www.nationalgeographic.com>
- ✓ <http://www.internetinvisible.com/ii/index.php?option?=com.>
- ✓ <http://www.masadelante.com/faqs/twitter>
- ✓ <http://www.elmercurio.com.ec>
- ✓ <http://www.eltiempo.com.ec>
- ✓ <http://carlosarcila.com/periodismoenlinea/newsmaking16.htm>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Escuela de Comunicación Social

Sus respuestas formarán parte de la tesis “Los periódicos digitales y su desarrollo en la ciudad de Cuenca”.

1. ¿Cuál es el medio que usted utiliza para informarse?

Prensa ☐ Radio ☐ Televisión ☐ Internet ☐

2. ¿Usted cree que el Internet ha permitido que en nuestra ciudad se desarrolle nuevos medios de comunicación?

Si ☐ No ☐

3. ¿Conoce algún medio digital de nuestra ciudad?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Ha visitado alguna vez éstos medios digitales?

www.elmorlaco.com ☐

www.ciudadaniainformada.com ☐

www.cuencanos.com ☐

5. ¿Con qué frecuencia ha visitado éstos medios digitales?

Todos los días ☐

Una vez a la semana ☐

Tres veces a la semana ☐

Una vez al mes ☐

Nunca ☐



6. Cree usted que la información que transmite estos medios digitales son:

Veraz ☐
Multimedia ☐
Inmediata ☐

7. Según su criterio ¿Qué género periodístico es el más utilizado en los periódicos digitales?

La noticia ☐
Reportaje ☐
Entrevista ☐
Otros ☐

8. Con respecto a la redacción de las noticias ¿Cree usted que la redacción para la web debe ser diferente al que se realiza en un medio impreso?

SI ☐ NO ☐

9. ¿En qué cree usted que se diferencia la portada de un medio impreso de un periódico digital?

Títulos ☐
Noticias ☐
Color ☐
Imágenes ☐
Otros ☐

10. La educomunicación es el proceso de educarse a través de los medios de comunicación entonces ¿usted cree que la información que transmiten los medios digitales permiten que se produzca la educomunicación en los lectores?

SI ☐ NO ☐



11. ¿De las noticias que difunden estos medios digitales, cuántas cree usted que son educativas?

Una	☐
Dos	☐
Tres	☐
Todas	☐
Ninguna	☐

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La presente encuesta tiene como fin recoger información que permita conocer la evolución del periodismo analógico al digital.

Sus respuestas formarán parte de la tesis “Los periódicos digitales y su desarrollo en la ciudad de Cuenca”.

1. ¿En estos dos últimos años qué cambios se dieron en el medio en el cual trabaja?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Portada | ☐ |
| | ☐ |
| Secciones | ☐ |
| Contenido | ☐ |
| Publicidad | ☐ |
| Ninguno | ☐ |

2. ¿Usted por qué cree que se dieron estos cambios?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Para enriquecer la información | ☐ |
| Para tener mayor cobertura | ☐ |
| Para generar más ventas | ☐ |
| Por pedido de los lectores | ☐ |



3. ¿Qué género periodístico es el que más utiliza?

- La Noticia ☐
- El reportaje ☐
- La Entrevista ☐
- La crónica ☐

4. Según el medio en que trabaja, señale con una cruz: ¿En qué se caracteriza la redacción de una noticia?:

	MEDIO TRADICIONAL	MEDIO DIGITAL
Pirámide invertida		
Lead		
Títulos llamativos		
Uso infografía		
Uso de recursos multimedia		
Textos largos		

5. ¿Qué herramientas digitales usted utiliza para el desarrollo periodístico?

- Páginas web ☐
- Fuentes ☐
- Facebook ☐
- Buscadores ☐
- Etiquetas ☐



Twitter

☐

6. La información que usted transmite es:

Veraz

☐

Instantánea

☐

Imparcial

☐

Multimedia

☐

7. Para usted ¿Qué es la Educomunicación?

Educarse a través de los medios de comunicación

☐

Una forma de autoeducarse

☐

Un aprendizaje mediante el uso de los M.C.

☐

Otros

☐

8. ¿En el medio que usted trabaja se produce la educomunicación en los lectores?

Si

☐

No

☐

9. ¿Cómo cree usted que se produce la educomunicación en los lectores?

Introduciendo palabras nuevas en el texto

☐

Dando a conocer lugares nuevos

☐

Ampliando la información

☐

Otros

☐

10. ¿A su criterio en qué secciones educa el medio en cual trabaja?

Reportajes especiales

☐

Sondeos de opinión

☐

Noticias

☐

Otros

☐