



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana. Estudio de caso Radio Municipal Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Ledesma Matute, Elizabeth Carmen

DIRECTORA: Rivera Rogel, Diana Elizabeth, Dra.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctora.

Diana Elizabeth Rivera Rogel.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana. Estudio de caso Radio Municipal Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión**, realizado por Ledesma Matute, Elizabeth Carmen, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, agosto de 2016

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Ledesma Matute, Elizabeth Carmen, declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana. Estudio de caso Radio Municipal Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión, de la Titulación de Licenciada en Comunicación Social, siendo Diana Elizabeth Rivera Rogel, directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autora: Ledesma Matute, Elizabeth Carmen

Cédula: 1722716535

DEDICATORIA

A quien más sino a Dalina, mi madre.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme realizar mis estudios profesionales.

A mi familia por apoyarme durante todo el trayecto de la carrera.

A la Doctora Diana Elizabeth Rivera Rogel, mi más sincero agradecimiento pues me guió y orientó en la elaboración de mi trabajo de titulación.

Finalmente, agradezco a los gerentes y personal de los tres medios de comunicación que colaboraron para obtener la información requerida y poder llevar a cabo ésta investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS, ILUSTRACIÓN Y TABLAS.....	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	6
1.1 Periodismo Digital: Marco histórico, conceptual y teórico.....	7
1.1.1 Origen, estado actual y tendencias.....	7
1.1.2 Aproximación al concepto de estudio.....	10
1.1.3 Características del periodismo digital.....	12
1.1.4 Los cibergéneros.....	14
1.1.5 La convergencia tecnológica.....	15
1.2 Periodismo digital en Ecuador.....	16
1.3 Ejemplos de periodismo digital en la empresa periodística ecuatoriana.....	17
1.3.1 Cultura periodística y estructura de la empresa periodística digital en Ecuador.....	19
1.3.2 Mapa de medios digitales en Ecuador.....	22
1.3.3 Mapa de medios digitales en la provincia de Pastaza.....	24
1.3.4 Profesionalización del periodista digital en el país.....	25
1.3.5 Dimensiones y limitaciones del periodismo digital en Ecuador.....	29
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	34
2.1 Identificación del problema.....	35
2.2 Planteamiento del problema.....	35
2.3 Delimitación.....	36

2.4 Justificación	36
2.5 Tipo de Metodología	36
2.6 Técnicas utilizadas.....	37
2.7 Modalidades de la investigación.....	40
2.8 Población	40
CAPÍTULO III. RESULTADOS ESTUDIOS DE CASO	42
3.1 Resultados del proceso de recolección de información primaria para los estudios de caso.....	43
3.2 Contexto de Radio Municipal Pastaza.....	44
3.1.1 Análisis de la entrevista realizada al administrador de la Radio Municipal Pastaza.....	48
3.2.2 Criterio de Observación.....	51
3.3 Contexto de Puyo Gaceta	52
3.3.1 Análisis de Puyo Gaceta.....	55
3.3.2 Criterios de Observación de Puyo Gaceta.....	58
3.4 Contexto de Sonovisión	59
3.4.1 Análisis de Sonovisión.....	61
3.4.2 Criterios de Observación de Sonovisión.....	65
3.5 Relación existente entre los tres medios de Comunicación lamuni.puyo.gob.ec; www.puyogaceta.com; www.mia-sonovision.com con respecto al periodismo digital y con la empresa periodística ecuatoriana.....	65
3.6 Cuadro de análisis de la relación entre los medios de comunicación estudiados de la provincia de Pastaza y los medios citados a nivel nacional.....	66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS, ILUSTRACIÓN Y TABLAS

Gráfico 1 Incremento del acceso a la RED	22
Gráfico 2 Medios digitales en Ecuador.....	23
Gráfico 3 Medios digitales por provincia.....	24
Gráfico 4 Periodistas titulados, y no titulados por provincias: medios digitales.....	28
Gráfico 5 Resultados	50
Gráfico 6 Resultados	58
Gráfico 7 Resultados	64
Ilustración 1. Aspectos de la Prensa Digital.....	12
Ilustración 2. Características del periodismo digital.....	13
Ilustración 3. Géneros del periodismo digital.....	15
Ilustración 4. Página web de Ecuavisa.....	18
Ilustración 5 Página web de Teleamazonas.....	19
Ilustración 6 Cultura periodística ecuatoriana	20
Ilustración 7. Tendencias digitales de los medios de comunicación.....	31
Ilustración 8. Tendencia Futuras.....	33
Ilustración 9. Parámetros de estudio.....	43
Ilustración 10. Radio Municipal Pastaza	44
Ilustración 11. Radio Municipal Pastaza	45
Ilustración 12. Radio Municipal Pastaza	46
Ilustración 13. Radio Municipal Pastaza	47
Ilustración 14. Puyo Gaceta.....	53
Ilustración 15. Página web de diario digital Puyo Gaceta.....	54
Ilustración 16. Página web de diario digital Puyo Gaceta.....	55
Ilustración 17. Sonovisión en Internet	60
Ilustración 18 Sonovisión en Internet	61
Tabla 1. Incremento del acceso a la RED	22
Tabla 2. Medios por provincia	24
Tabla 3. Posición de Ecuador en el “Global Information Technology Report”.....	29
Tabla 4. Población	41
Tabla 5. Encuesta aplicada a empelados de Radio Municipal Pastaza.....	49
Tabla 6. Encuesta aplicada a trabajadores de Puyo Gaceta.....	56
Tabla 7. Encuesta aplicada a los Empleados de Sonovisión.....	62

Tabla 8. Análisis de la relación entre los medios de comunicación estudiados de la provincia de Pastaza y los medios citados a nivel nacional.....	66
--	----

RESUMEN

La investigación se enfoca en la evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana, delimitando el estudio a los medios digitales de la provincia de Pastaza. El estudio parte de la importancia de las tecnologías de la información para el desarrollo de un país, se contextualiza el periodismo digital y multimedia conjuntamente con los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación, se sustenta teóricamente lo que es el periodismo digital, planteando ejemplos y fundamentando la estructura de la empresa periodística digital en Ecuador. La metodología empleada es de corte cualitativo y se trata de un diseño descriptivo, las técnicas de investigación utilizadas fueron entrevistas, encuestas y la observación para validar el estudio de caso. Se valida y analiza la información mediante una comparación y relación de los medios de Pastaza con los medios digitales a nivel nacional. Se concluye que el periodismo digital a nivel nacional evoluciona lentamente y sin uniformidad, con mayor prevalencia en Quito y Guayaquil, mientras que en la provincia de Pastaza existe poca presencia de medios nativos digitales.

Palabras clave: Periodismo digital, empresa periodística, medios digitales, ciberperiodismo, estudios de caso, multimedia, internet.

ABSTRACT

The research focuses on the evolution and prospects of digital journalism and its relationship with the Ecuadorian newspaper company, limiting the study to digital media in the province of Pastaza. The study of the importance of information technology for the development of a country, the digital and multimedia journalism is contextualized in conjunction with cognitive, technical and creative work in communication elements, it is theoretically supports what the digital journalism , presenting examples and basing the structure of the digital media company in Ecuador. The methodology is qualitative and is a descriptive design, research techniques used were interviews, surveys and observations to validate the case study. It validates and analyzes information by comparison and relationship Pastaza media with digital media at the national level. It is concluded that digital journalism nationwide uniformity evolves slowly and with greater prevalence in Quito and Guayaquil, while in the province of Pastaza there is little presence of native digital media.

Keywords: Digital journalism, Ecuadorian press, digital media, communication elements, case study

INTRODUCCIÓN

La investigación se enfoca en la Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana. El estudio se circunscribe a la provincia de Pastaza, con la acotación de que en la actualidad las tecnologías de la información, son elementos fundamentales para la superación y desarrollo de un país.

Al estudiar el periodismo digital, debe partirse de que éste está en constante evolución, de acuerdo con el propio progreso de las TIC's. Lo que la mayoría de los investigadores conocen como el periodismo en un país, está cada vez más mediado por el desarrollo tecnológico que tenga esa nación. En el caso de las investigaciones sobre el periodismo digital; en Ecuador existen muy pocos referentes y algunos desactualizados, como por ejemplo, el texto de Astudillo y Buitrón (2005): Periodismo por dentro, que hace un análisis del devenir periodístico en este país, y las principales falencias que presenta la escuela de periodismo ecuatoriana. En tal sentido, el aumento de los usuarios de Internet, y la aparición de generaciones que prefieren la red de redes para informarse hacen necesario que el periodista se apropie de conocimientos técnicos y conceptuales, a tono con una audiencia que ya participa en el proceso de producción de la noticia. El presente estudio se realiza de la siguiente forma:

El CAPÍTULO I, comprende los referentes conceptuales que tiene esta investigación, se toma como base el desarrollo del periodismo digital a nivel global, del país y la provincia de Pastaza, se asumen conceptos de varios autores que permiten clarificar, temas como la tendencia en las redes, las limitaciones de los medios digitales y la importancia de actualizar la formación periodística en base al desarrollo tecnológico e informativo del mundo.

En el CAPÍTULO II, se realiza la descripción del proceso metodológico utilizado en la investigación que permitió determinar el diseño y las técnicas de investigación, donde se hizo necesario adherirse a los conceptos de la metodología cualitativa, y para el desarrollo del estudio de caso, se plantearon técnicas como la observación, la encuesta y la entrevista de personalidad.

El CAPÍTULO III, presenta los resultados de los estudios de caso de los medios seleccionados para la investigación Radio Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión. Terminando en el establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

La investigación fundamenta su importancia en la trascendencia que la era de la información digital tiene actualmente y en el futuro previsible para el desarrollo de la sociedad, en la cual se espera que los periodistas del siglo XXI estén instruidos para desarrollar cualquier actividad y cumplir con los retos y desafíos que esta época les impone. Es así que el desarrollo alcanzado en las últimas décadas en los campos de las tecnologías de la información y la comunicación que eliminan prácticamente las barreras logísticas en la accesibilidad de estar informados y comunicados entre personas instituciones y países, conlleva a realizar el presente trabajo investigativo y conocer, si los encargados de esta difícil misión de informar con veracidad, están capacitados y formados para la evolución y prospectiva del periodismo digital y la relación que éste tiene con la empresa periodística ecuatoriana, como una medición significativa en la formación del periodista, que vive en la revolución más importante del siglo.

La eficacia de la investigación se basa en el desarrollo que alcanza la comunicación actualmente además del avance tecnológico que atraviesa el periodismo digital, pues el periodismo es uno de los principales medios por el cual se establecen redes de comunicación social que se manejan a nivel de las grandes potencias, y se necesita personal capacitado para desarrollar todas las actividades requeridas por esta nueva era digital. Es así que la investigación proporciona información de primera mano con respecto a la empresa periodística ecuatoriana, y se realizan análisis comparativos con la provincia de Pastaza.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diagnosticar en qué condiciones de desarrollo se encuentra el periodismo digital en Ecuador, tomando como caso de estudio a los medios: Radio Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión, de Pastaza.

Objetivos Específicos

1. Argumentar de manera histórica el desarrollo y evolución del periodismo digital en Ecuador.
2. Determinar la estructura de la empresa periodística digital en Ecuador.

3. Fundamentar el desarrollo periodístico digital en la provincia de Pastaza a través de un estudio de caso a Radio Municipal Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión

CAPÍTULO I
MARCO TEÓRICO

1.1 Periodismo Digital: Marco histórico, conceptual y teórico

De acuerdo con el análisis sobre el periodismo digital y antes de enmarcarse en el desarrollo del mismo existe la necesidad de conocer dónde nació, cómo fue evolucionando, en base a información que permita fundamentar teóricamente el contexto de estudio.

1.1.1 Origen, estado actual y tendencias.

La teoría de los medios de comunicación sufre mediaciones desde los albores del siglo XX hasta la actualidad, a partir de la innovación tecnológica y las transformaciones sociales. Los disímiles discursos sobre los medios de comunicación desarrollan un campo teórico complejo y transdisciplinar, a partir de las perspectivas funcionalistas hasta los estudios de la cultura, atravesados por la óptica marxista centrada en el estudio del lenguaje o de las estructuras económicas de los medios.

Algunos investigadores como Verón (2001) analizan el proceso de evolución de los medios de comunicación, desde una perspectiva socio-discursiva, en este sentido, su principal interrogante está dada por “el carácter social de los fenómenos vinculados a las nuevas prácticas de comunicación y señala que no debe confundirse una tecnología con un medio, pues un medio es una tecnología incorporada a un dispositivo de producción y de consumo” (pág. 48)

Este postulado considera a los procesos de mediatización, como un fenómeno que enmarca los estudios sobre la digitalización. Según Verón (2005) “los procesos de mediatización se relacionan con soportes tecnológicos cada vez más complejos, dan lugar a nuevas formas de discursividad, cuestionan los sistemas de representación y se transforman en dispositivos de producción de sentido” (pág. 52).

Los estudios acerca de Internet y la digitalización de las noticias, abarcan diferentes ámbitos, que van desde la velocidad hasta la cantidad de información a la que se tiene acceso. Sin embargo, estos no son los únicos temas que caracterizan la curiosidad de los investigadores; la capacidad de cuestionar a los sistemas de representación que conlleva la mediatización habilitó además una serie de inquietudes orientadas a las capacidades “revolucionarias” de las nuevas tecnologías. En el caso del periodismo, la concomitancia de formatos mediáticos en la Web facilitó cambios en el campo periodístico, obligando al profesional de la prensa a incorporar nuevas prácticas y saberes, a las empresas a replantear sus modelos de negocio y a las audiencias a participar de la producción informativa.

El origen del periodismo digital se establece por el año de 1963, de acuerdo con la página web instructiva del Ministerio de Educación del Gobierno de España (2015), donde se explica que el diario norteamericano *Daily Oklahoma*, incursionó en este ámbito periodístico y en base a su éxito se unieron el *New York Times* y el *Daily News*. Es importante destacar que todos ellos pertenecieron a países desarrollados donde el internet se convertía en la base de su desarrollo.

El 9 de junio de 1994, el *New York Times* inauguró su servicio online. Unos días antes lo habían hecho la revista *Norteamericana Time* y la revista alemana *Der Spiegel*. El servicio online consistía en recibir el periódico en casa vía línea telefónica a un ordenador. Por lo tanto, es esta la primera versión electrónica del periódico impreso, en la que se sustituye el papel por la pantalla del ordenador. Además, es suficiente un ordenador y un módem que conecte con la línea de teléfono, para acceder a las informaciones de los periódicos (Ministerio de Educación de España, 2015).

Según la misma página electrónica, al hablar de los orígenes del ciberperiodismo es importante subrayar los diferentes tipos de periódicos electrónicos como los establecidos a través del fax, CD-ROM, audiotex, teletexto y el videotex, los cuales finalizan su periodo de vida con la Segunda Guerra Mundial. Después vino una evolución posterior con los cambios tecnológicos y el crecimiento de la “generación red”, misma que se conoció como el nacimiento de internet.

Según lo expuesto por Javier Díaz Noci y Koldo Meso (2012) existen al menos 5 causas que provocaron la aparición de los periódicos multimedia: la necesidad de los medios de incrementar sus audiencias, el aumento de información y de servicios que escapan a los soportes tradicionales, la diversificación de los objetivos empresariales del sector de los medios, la escasez del papel y los avances técnicos en el campo de la informática.

En la actualidad a pesar de algunas limitaciones que presenta el periodismo digital, como por ejemplo la baja calidad de algunos productos y los rumores que se difunden a través de algunos medios en línea, la actividad multimedia está en expansión y ofrece posibilidades para aumentar el alcance del periodismo fuera de los marcos tradicionales del papel, la frecuencia radial o la señal televisiva.

Luego de un estudio a los disímiles temas tratados sobre periodismo digital en la propia Red de redes, se logró obtener una lista con seis tendencias que emplean la generalidad de organizaciones de noticias y periodistas (Calderón, 2016).

1. Los dispositivos móviles

Las tabletas han significado una revolución para los medios. Lisa Lynch (Concordia University) presentó un análisis de cómo dos diarios canadienses *La Presse* y el *Montreal Gazette* han optado por desarrollar un producto informativo exclusivamente para iPad (Lynch, 2014).

Este nuevo enfoque ha generado cambios en el equipo de redacción de estos medios. Por ejemplo, ahora la mayoría de los trabajadores son jóvenes, tienen más facilidad en sus horarios y disponen de más tiempo.

Lynch explicó que aún existe cierta tensión entre los periodistas tradicionales y estos nuevos reporteros debido a la resistencia que existe en el primer grupo hacia las nuevas tecnologías (Calderón, 2016).

2. La ética

El periodismo digital ha impuesto nuevos dilemas con respecto a lo que se debe o no publicar. Edward Wasserman, de la escuela de periodismo UC Berkeley, afirmó que durante los últimos años se suele culpar a las herramientas tecnológicas cuando salen a la luz información inexacta. (Wasserman, 2014) Sugirió que los periodistas necesitan entender que la posibilidad de publicar información en tiempo real representa una mayor responsabilidad (Calderón, 2016).

3. El periodista como marca

Logan Molyneux (Universidad de Texas) y su colega Avery Holton (Universidad de Utah) explicaron que actualmente existe un esfuerzo del periodista por construir una marca personal y mostrarse como un profesional independiente, algo que la audiencia valora (Molyneux & Holton, 2014).

Ambos opinan que cada vez más el periodista que se dedica a trabajar en línea tiene más poder porque a diferencia de años anteriores, ya no necesita de una gran organización de noticias para exponer su trabajo al público (Calderón, 2016).

4. La relación con la audiencia

Jay Rosen, profesor de la Universidad de Nueva York, habló sobre la importancia de no tratar al periodismo digital como si fuese una industria más porque es una profesión en donde se trabaja directamente con la ciudadanía (Rosen, 2014).

El periodista aseguró que desde que surgió la colaboración entre la comunidad y la prensa se han realizado grandes avances, pero que aún hay varios temas por resolver para involucrar aún más a la población en la noticia (Calderón, 2016).

5. Nuevo lenguaje

La periodista Adriana Barsotti (Universidad Católica de Río de Janeiro) explicó cómo se ha modificado el lenguaje periodístico para ser adaptado a las ediciones para dispositivos móviles de algunos diarios de Brasil (Barsotti, 2014). Puso como ejemplo a *O Globo* y al *Estado de São Paulo*, en donde se utiliza un lenguaje más innovador y más fresco para presentar artículos dentro de las aplicaciones para tabletas (Calderón, 2016).

6. Las ONG en el periodismo

Matthew Powers de la Universidad de Washington, destacó el papel de las ONG, las cuales producen cada vez más contenido periodístico de alta calidad e investigaciones de buena calidad, las cuales son publicadas dentro de sus respectivos sitios en línea (Powers, 2014).

Si bien indicó que estas organizaciones tratan de ajustar la noticia a su causa con el objetivo de conseguir más financiamiento, los informes que realizan son novedosos y muchas veces no son desarrollados por medios tradicionales (Calderón, 2016).

1.1.2 Aproximación al concepto de estudio.

La importancia del periodismo digital se encadena a la formación de los comunicadores. En tal sentido, se define al mismo como la correlación de medios y recursos en una plataforma en común que es Internet, donde la utilización del periodismo es la base para fortalecer y dinamizar la información con denominación de periodismo digital, pues brinda facilidades de acceso inmediato a la información en todo el mundo.

La edición digital da el valor añadido de la rapidez. El entorno digital también ofrece la posibilidad de hacer enlaces que ayuden a la comprensión de textos. La imagen se mejora, por lo menos en cantidad pues Internet ofrece la posibilidad de agregar galerías de fotos. Enlazar con otros artículos es quizás lo más interesante, si al lector le interesa el tema de esa noticia, puede ver otras similares, anteriores o de ese mismo día. La

búsqueda retrospectiva de información y la consulta a números anteriores se facilitan considerablemente si se compara con el periódico de papel y mucho más si este no se encuentra digitalizado. Otra novedad dentro del periódico digital, es la participación ciudadana, nunca se había llegado a ese nivel con el papel, donde sólo había cabida para las cartas del director. Ahora se crean foros de discusión donde los lectores opinan (Giraldo, 2009, pág. 1).

La integridad del periodismo digital se basa en el aspecto inmediato en que se obtiene y se transmite la información, por lo que los medios digitales pueden actualizar la información en cualquier momento y en cualquier lugar donde tengan acceso a internet. Con respecto al trabajo periodístico en línea, no puede verse únicamente como la preparación de contenido; el periodista digital también debe informar, analizar y jerarquizar la información.

El periodismo digital no es sólo el traslado de los usos y contenidos de la prensa tradicional a la Red. Supone también una serie de valores añadidos como la actualización o la ruptura con la comunicación lineal que obligan a la prensa tradicional a replantearse. Menos tiempo para elaborar la información, mayor competitividad y una incesante búsqueda de color y humor en los fondos son algunas de las claves para luchar contra este nuevo competidor (Giraldo, 2009, pág. 1).

El ciberperiodismo, como lo dice Salaverría (2001, pág. 323) “es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”. En tanto, se analiza la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación como la base para el desarrollo del periodismo digital, con la finalidad de intercambiar hechos, historias y acontecimientos que suceden en todo el mundo en cuestión de instantes.

Este mismo autor asegura que “la red se presenta como un medio que integra y supera a todos los demás y genera nuevas capacidades expresivas a partir de intercalar productos multimedia, interactivos e hipertextuales” (Salaverría & Negredo, 2008, pág. 20). De la misma manera el prosista establece una conexión directa entre los autores y actores de la noticia, no solamente de texto sino a través de elementos multimedia, que permiten visualizar todo lo que se pretende transmitir al usuario.

De acuerdo con lo anterior, Tiscar Lara (2009) afirma que la prensa digital deberá atraer y consolidar redes sociales que fidelicen a sus audiencias y que para ello es preciso incidir en los siguientes aspectos:

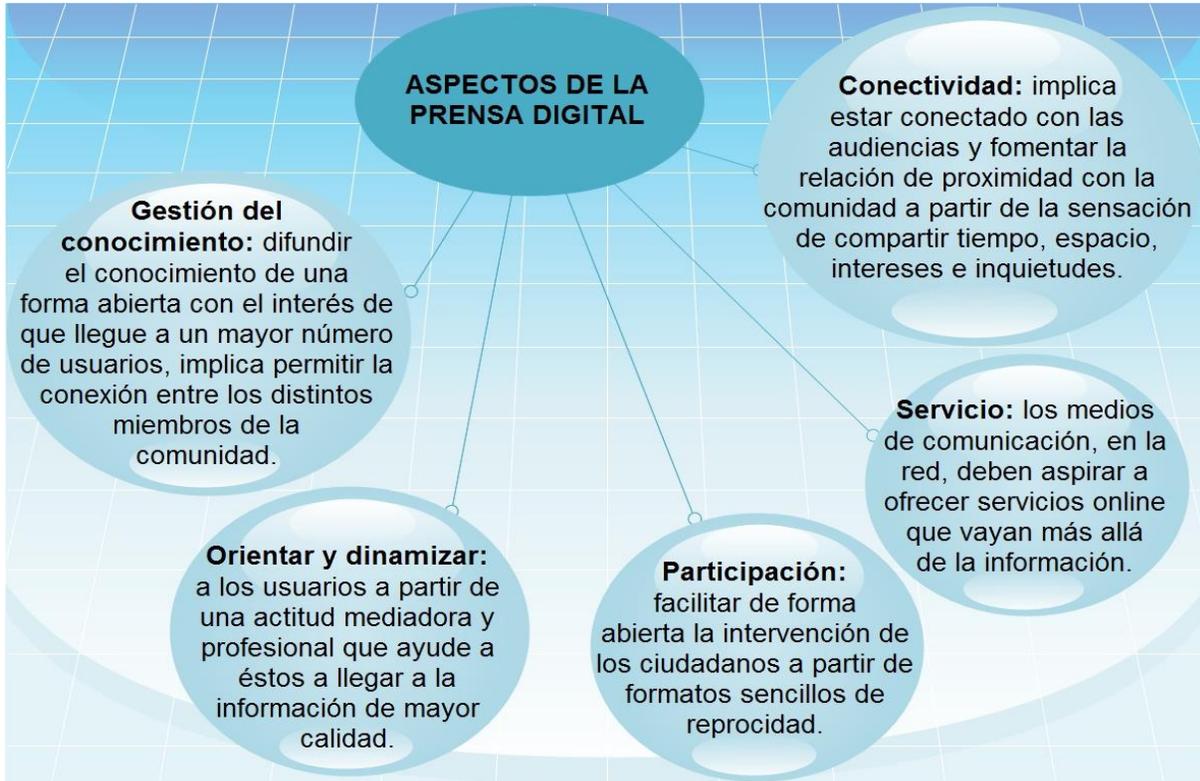


Ilustración 1. Aspectos de la Prensa Digital

Fuente: (Lara, 2009)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Es así que se analiza al periodismo digital como algo innovador, nuevo y veraz para la transmisión periodística, con características encaminadas al uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación para los enlaces comunicacionales. Por lo que se hace apremiante, las iniciativas de formación y capacitación para todos los periodistas en el uso de las Tics en la comunicación.

1.1.3 Características del periodismo digital.

La base fundamental para el desarrollo del periodismo digital es la utilización de la web y los medios digitales, los mismos que han evidenciado cambios en la tecnología a nivel mundial y

han permitido la incursión del periodismo en las redes sociales y el mismo internet con alcances a la información de forma inmediata.

Con el objetivo de agilizar su acercamiento al público, los medios tradicionales (prensa, radio, televisión) migran a la Red de redes, donde enfatizan tres características fundamentales del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

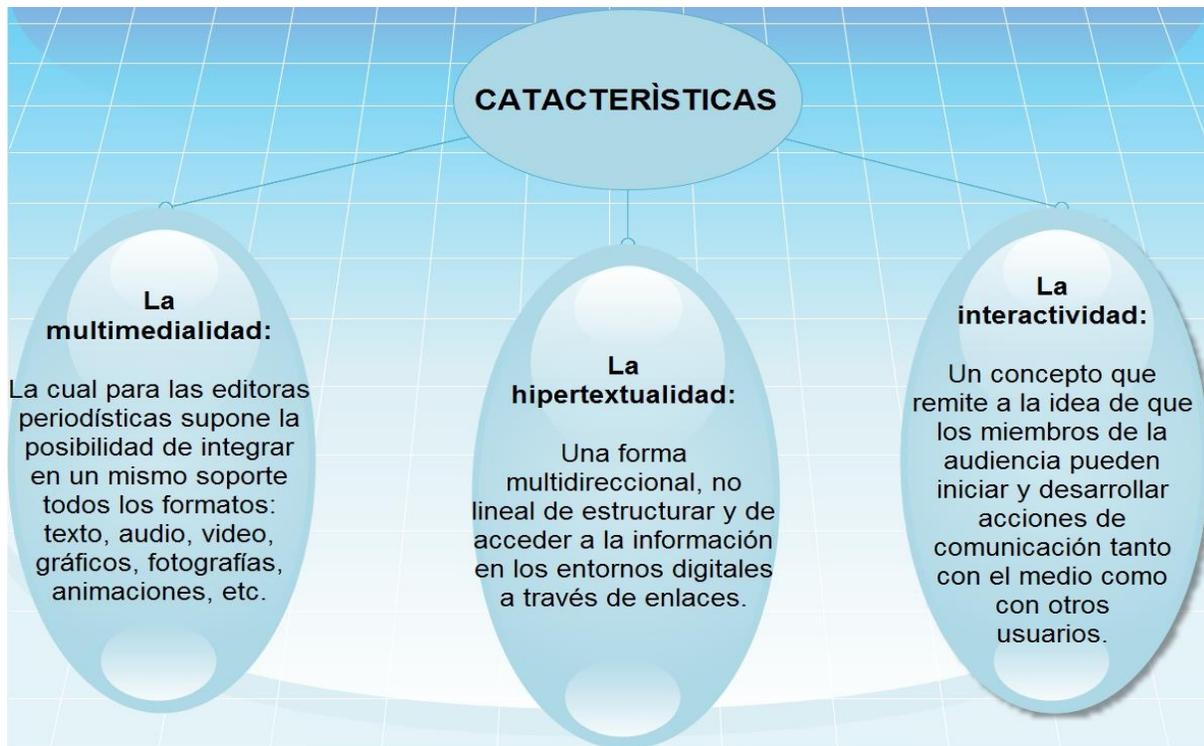


Ilustración 2. Características del Periodismo Digital

Fuente: (Falla, 2009).

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

La característica más importante de la información en la red, quizás, se encuentra precisamente en la nueva relación que se establece entre informador y receptor, ya que éste se convierte directamente en usuario de Internet. Esta realidad hace que el periodismo se transforme y se conciba como una plataforma de noticias interactivas. Juan Carlos Camus (2012) afirma que “la capacidad de Internet permite el acceso directo de los lectores a publicar sus comentarios y mantener interacción con los redactores”.

Según lo descrito por el autor también se argumenta que las herramientas que diferencian al periodismo en la web con los demás tipos de periodismo son: el video, audio, slideshows, redes sociales, cms, diseño gráfico, blogs, podcast, entre varias otras. Es importante mencionar que la utilización de las herramientas descritas anteriormente por parte de los cibermedios satisface las exigencias de los usuarios para comunicarse.

1.1.4 Los cibergéneros.

En lo que corresponde al periodismo digital o los también denominados cibergéneros periodísticos, tienen como base los géneros tradicionales; anclados directamente a través de estructuras hipertextuales. Sin embargo, en las nuevas condiciones, estos están complementados con herramientas multimedia para darles interactividad y hacerlos más atractivos para los usuarios, sin embargo, aún carecen de colaboración y participación directa de los usuarios, existiendo limitaciones en su utilización.

Según Shepherd y Watters, (2004, pág. 245) “Los cibergéneros se clasifican en dos clases de subgéneros: los 'ya existentes' (diarios, biografías, diccionarios, y los 'nuevos' (hiperficción, home pages, juegos).”

Al consultar investigaciones de los últimos diez años, tales como: “Información e interpretación en periodismo. Hacia una nueva teoría de los géneros”, autores como Paniagua (2009) afirma que los géneros se definen como las diferentes maneras en que puede expresarse el mensaje periodístico; en este texto se habla de “formas expresivas”; “formas convencionales”; se define al género como “forma típica de un enunciado” con “expresividad determinada propia”. Estas formas comprenden tanto el estilo informativo como el de opinión, y también todo tipo de medios: escritos tradicionales, audiovisuales y digitales



Ilustración 3: Géneros del periodismo digital

Fuente: (Queneche, 2013)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

1.1.5 La convergencia tecnológica.

La tendencia de la tecnología en lo que le compete a la información y comunicación ha evolucionado a pasos agigantados, en vista que el uso de celulares tales como el iPhone combinan el teléfono con una cámara digital, reproductora de archivos mp3, grabadora de vídeo y audio, y la capacidad de manejar mensajes de texto y acceder a Internet.

Esa analogía en la implementación de la tecnología en la comunicación e información se destaca en las redes, los instrumentos y las aplicaciones informáticas multiplataforma, pues posibilita una mejor transmisión de los contenidos informativos en los medios. Además, refuerzan e innovan su imagen de marca, con la utilización de plataformas que permiten llegar a una audiencia más amplia.

Según el autor Henry Jenkins (2006, pág. 3):

La convergencia se define como la interconexión de tecnologías de la computación e información, contenido multimedia y redes de comunicaciones que han llegado como resultado de la evolución y popularización de internet, tanto como de actividades, productos y servicios que han emergido desde el espacio digital. La convergencia

tecnológica es la tendencia de diferentes sistemas tecnológicos en la evolución hacia la realización de tareas similares.

En el caso de la labor periodística, con el arribo de los avances tecnológicos, hubo que modificar algunos aspectos en la forma de ejercerla, incluso la radio y la televisión que eran cabeceras fundamentales en la difusión de la información, con los periódicos un poco relegados en esta función, también comenzaron a incursionar en el periodismo digital, promoviendo y optimizando recursos en el desarrollo de la noticia. El periodista moderno debió reinventarse lo que sucede con objetividad, pues en la búsqueda de nuevas formas de interacción creativas para llegar al público, algunos sacrificaron su veracidad y a apreciación de esta investigadora el reto para los comunicadores que caminan de la mano con los avances en comunicación, es un periodismo moderno atractivo, pero con objetividad.

1.2 Periodismo digital en Ecuador

Pablo Escandón (2010) experto en periodismo digital manifiesta que, al Ecuador, la imprenta llegó en el siglo XVII con doscientos años de diferencia desde su invención en el siglo XV. La radio, el cinematógrafo y la televisión también llegaron tardíamente.

En este contexto, el comienzo de la historia de los cibermedios en Ecuador puede situarse en el año de 1995. José Rivera (2011) señala que:

El primer intento de medio digital fue el boletín informativo de diario *Hoy* que apareció por el año 1995 y en ese momento constituyó el único nexo para cientos de ecuatorianos en el exterior. Este boletín era un resumen diario de noticias; y el servicio fue realmente importante en el conflicto fronterizo del año 1995 (pág. 2) .

Según Rivera (2010) los primeros medios digitales nativos fueron: Ecuador Inmediato y Ciudadanía Informada; ambos nacieron en el 2004. Los medios de comunicación de Ecuador no compiten, en cuanto a producción, con las cadenas mediáticas internacionales. Esto evidencia, no una falta de capacidades, sino una relegación de toda la producción local a un plano inferior, que bien puede deberse, entre otras cosas, a la deficiente preparación que reciben los jóvenes formados en periodismo. Las reformas en la enseñanza del periodismo requieren no solamente de ajustes curriculares o metodológicos, sino de cambios de gran

magnitud, con una visión de lo que debe ser la universidad hoy en día, así como de los periodistas que se desempeñarán en un mundo en permanente cambio ante la digitalización del periodismo. En la actualidad, en el país todos los medios tradicionales están en la *Web*, aunque su implantación no es uniforme y su reto es convertirse en verdaderos cibermedios.

Dana Faulkner (2001) presentó lo que llamó la “especulación informada” sobre las tendencias futuras que podrían afectar las competencias que requiere un comunicador para el desarrollo y el cambio social. Estas tendencias cubrían las áreas de la tecnología, el financiamiento, la filosofía, la política, la cultura y el comercio.

1.3 Ejemplos de periodismo digital en la empresa periodística ecuatoriana

Ecuavisa

Ecuavisa nació como canal 2 en 1967, por iniciativa y esfuerzos de su fundador Xavier Alvarado Roca. La joven empresa tuvo el apoyo de canal 7 de Miami, dirigido por Sydney Ansin. Tres años después, el canal abrió su cobertura a todo el territorio nacional.

Para el montaje de canal 8 en Quito, Alvarado se asoció con Jorge Mantilla, director de diario *El Comercio* de esos años. La señal fue oficialmente inaugurada el 1 de junio de 1970 y se denominó *Cadena de la Unidad Nacional*. Poco después iniciaron las primeras transmisiones a color, en los días en los que el canal afianzaba su sello noticioso y de entretenimiento.



Ilustración 4: Página web de Ecuavisa

Fuente: Pantalla de Internet del canal Ecuavisa en Internet (2015)

Teleamazonas

Teleamazonas fue fundado por el empresario Antonio Granda Centeno, quien adquirió en abril de 1972 los equipos y la frecuencia de HCJB, radio-emisora con una misión evangélica de la ciudad de Quito. Luego conformó la *Televisora del Amazonas*, que luego se condensó en *Teleamazonas*. En febrero de 1973, desarrolló la primera red nacional en color de acceso en toda la nación, inclusive llegaba hasta el norte del Perú.

Teleamazonas inició sus transmisiones de prueba el 5 de noviembre de 1973, pero no fue sino hasta el 22 de febrero de 1974 cuando comenzó su programación regular desde su propia sede en el norte de Quito, en la Av. Antonio Granda Centeno 529 y Brasil. En tal sentido, se convirtió en el primer canal en iniciar sus transmisiones a color en Ecuador. De acuerdo con esto, esta nación se convirtió en el cuarto país en Latinoamérica en incorporar este servicio luego de Brasil, México y República Dominicana.



Ilustración 5: Página web de Teleamazonas

Fuente: Pantalla de Internet del canal Teleamazonas en Internet (2015)

1.3.1 Cultura periodística y estructura de la empresa periodística digital en Ecuador.

Fernando Astudillo y Rubén Darío Buitrón expresan en su libro, “Periodismo por dentro” (2005) que la prensa ecuatoriana está llena de mitos. Según ellos, la inundan frases hechas cuando se habla de ella, incluso prevalecen viejos esquemas sin renovarse y que impiden el paso a productos con mayor frescura, con más vida y actualidad.

En este sentido, delimitar la cultura periodística es un proceso complejo. Las actitudes de los periodistas se hallan enraizadas dentro de esferas de sentido que modelan los valores típicos y

tradicionales de una conducta profesional común. Esta definición se asienta en la frontera que forman las distintas culturas nacionales. Para Hanitzsch (2007) la cultura periodística engloba:

- a) El conjunto de las principales orientaciones (valores, actitudes y convicciones).
- b) Las prácticas y los artefactos (productos y textos) presentes en el trabajo de los profesionales de la información.

La cultura periodística, de Ecuador se ve asediada, según Astudillo y Buitrón de falta de crítica, autocrítica y temor al cambio.

Empresarios que tienen voluntad y decisión de cambio se enfrentan, a veces, a sus propios miedos y prejuicios: temen que una estrategia de reformulación periodística demande enormes inversiones económicas o que pudieran distorsionarse los principios y valores éticos que llevaron a sus antecesores o a ellos mismos a mantener el prestigio, la reputación y la línea editorial (Astudillo & Buitrón, 2005, pág. 60).

Sin embargo, como expresan los autores antes citados, es esencial fomentar una apertura hacia los diferentes formatos, así como hacia las nuevas tendencias del mundo, del país y de la sociedad. “Entender profundamente a su gente, a su ciudad, y representarla y reflejarla honesta y creativamente. Trabajar más a fondo con agenda propia. Estudiar a la competencia y alejarse lo más distante de ella. Reinventar el periódico de papel frente al avance de la información por Internet” (Astudillo & Buitrón, 2005).

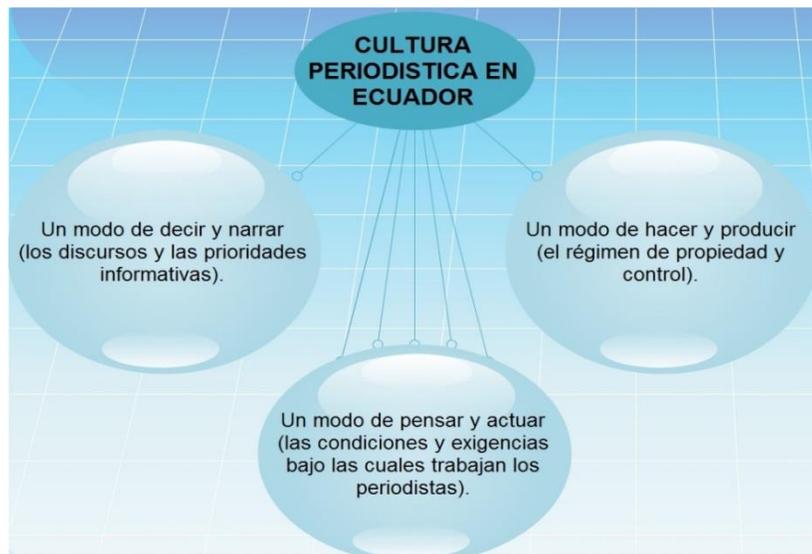


Ilustración 6: Cultura periodística ecuatoriana

Fuente: Periodismo por dentro. (Astudillo & Buitrón, 2005)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

En el caso de la empresa periodística, desde el punto de vista empresarial, Nieto la define como: “El conjunto organizado de trabajo redaccional, creativo y técnico, bienes materiales y económicos, y relaciones comerciales para difundir informaciones, ideas, expresiones artísticas o de entretenimiento, utilizando soportes o medios de comunicación social” (Nieto & Iglesias, 2014, pág. 76).

Según lo exponen Población y García Alonso: “Es aquella unidad económica de producción, libremente dirigida por el empresario, concebida por sus promotores para crear, editar, vender y difundir ideas y juicios de valor derivados directamente de un trabajo empresarial aplicado sobre la noticia, con el objeto de que ésta sea verdaderamente difundida, para obtener así el beneficio máximo posible y lícito” (Población & García Alonso, 2013, pág. 89)

Entender conceptualmente a una empresa periodística da la pauta de la gestión y dirección, e igualmente permite alinear estos dos aspectos de la mejor forma, ya que es muy difícil conjugar los intereses empresariales con los informativos sin que se afecten los valores periodísticos.

Según lo anterior, una característica fundamental de la empresa periodística ecuatoriana, mencionada por Isabel Punín y Nathalie Rencoret (2013, pág. 505), es que la práctica del periodismo en Ecuador está mediada, por los medios públicos y los privados en competencia por una misma audiencia sin que exista una propuesta diferente y creativa, que les permita a los medios independientemente de su origen, cumplir con su función tradicional y fundamental: informar, educar y entretener, nobles valores que fomentan los medios de comunicación en general.

Otra característica reconocida de la empresa periodística ecuatoriana (Abad, 2010), se enmarca en el proceso de producción de la información, donde hoy en día además de la gestión de la calidad, de la gestión de los contenidos y recursos, existe un nuevo desafío: la gestión de los nuevos medios, dinámica reciente y muy intensa, en la que se vinculan la forma de interrelacionarse con las audiencias.

En lo que corresponde al estudio de caso se concibe la necesidad de aclarar la perspectiva de los ciberdiarios en Ecuador actualmente, esto a través del análisis del trabajo que se realiza a

nivel nacional, regional, provincial y local, con la intención de conocer la evolución, estructura y la participación de los usuarios en la prensa digital.

1.3.2 Mapa de medios digitales en Ecuador.

De acuerdo a la información de la Superintendencia de Telecomunicaciones con corte en enero de 2015, en todo el Ecuador existen 927 estaciones de radiodifusión sonora FM, 187 estaciones de radiodifusión sonora AM, 559 estaciones de televisión abierta analógica y 28 estaciones de televisión digital terrestre.

Por otro lado, según la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, en un reporte publicado en febrero de 2016, el número de usuarios de Internet, ha aumentado considerablemente en los últimos 5 años.

Tabla 1. Incremento del acceso a la RED

Usuarios por cada 100 habitantes						
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Internet Fijo	24,77%	27,60%	38,33%	43,62%	49,44%	67,74%
Internet Móvil	2,35%	10,48%	22,15%	26,66%	30,79%	34,97%

Fuente: (ARCOTEL, febrero de 2016)

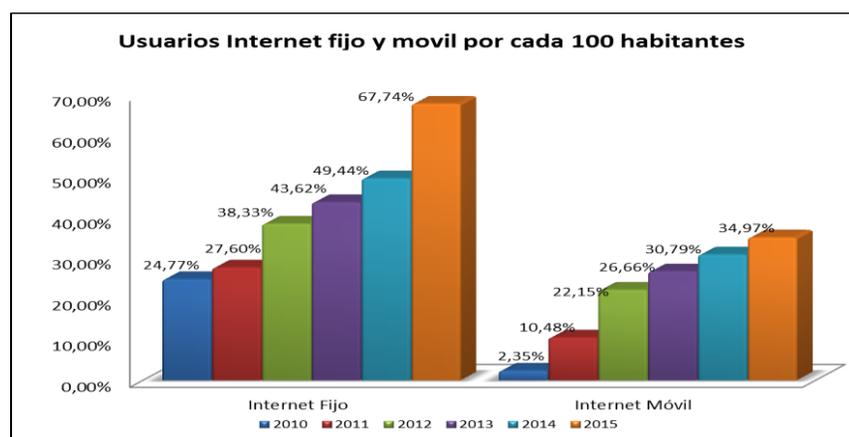


Gráfico 1 Incremento del acceso a la RED

Fuente: (ARCOTEL, febrero de 2016)

Luego de una búsqueda exhaustiva, acerca de los medios digitales de Ecuador, la información más reciente que se encuentra, es la ofrecida por un estudio realizado por CIESPAL (2012), cuyo informe arroja que existen 254 medios digitales de comunicación, de los cuales la gran mayoría son medios tradicionales y apenas 34 de ellos podrían ser denominados nativos digitales.

Según, el mapa de medios de CIESPAL (2012) existe dos tipos de medios según su origen:

Cibermedios matriciales, los que están en Internet y tienen origen en papel, como la prensa, o mediante difusión electrónica, como la radio y la televisión. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a Internet. Cibermedios nativos, los nacidos dentro de Internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasan por un proceso de mestizaje hasta que, poco a poco, van adquiriendo sus características específicas (CIESPAL, 2012).

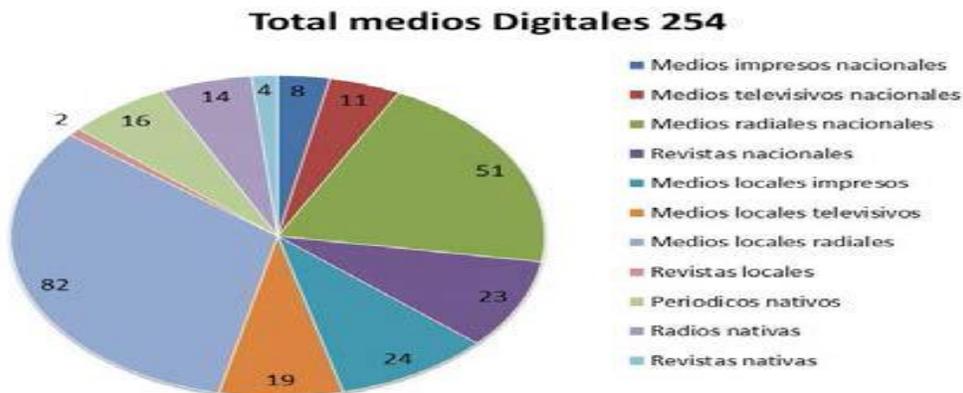


Gráfico 2 Medios digitales en Ecuador

Fuente: CIESPAL (2012)

Atendiendo a la misma investigación las tres provincias con mayor número de medios digitales son las siguientes: Pichincha, Guayas y Azuay.

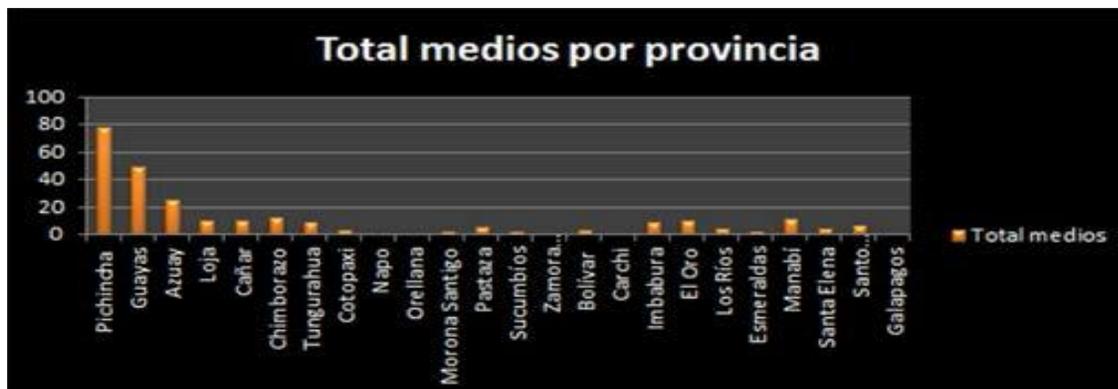


Gráfico 3 Medios digitales por provincia

Fuente: CIESPAL (2012)

Tabla 2. Medios por provincia

Medios por provincia
Pichincha: tres impresos nacionales, un impreso local, 15 revistas nacionales, 30 radios nacionales, dos radios locales, cinco canales TV nacionales, un canal TV local, 11 periódicos nativos, seis radios nativas digitales, tres revistas nativas digitales.
Total: 77
Guayas: cinco impresos nacionales, dos impresos locales, ocho revistas nacionales, 20 radiales nacionales, un radial local, seis televisivos nacionales, tres televisivos locales, dos nativos periódicos digitales, una radio nativa digital, una revista nativa digital.
Total: 49
Azuay: tres impresos locales, dos revistas locales, 16 radio locales, dos canales locales, un periódico nativo digital, una radio nativa.
Total: 25

Fuente: CIESPAL (2012)

1.3.3 Mapa de medios digitales en la provincia de Pastaza.

En la actualidad, en la provincia de Pastaza, como en el resto del país, son notables los esfuerzo por asumir las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y poner en práctica su uso. Sin embargo, aún no se tienen los equipos ni la formación adecuada de periodistas locales, para que puedan tener un desarrollo eficiente en dicha actividad. Pastaza, cuenta con un grupo de empleados que trabajan en el periodismo digital ilimitado (noticias de

prensa escrita, radial y televisiva en un solo medio), impulsan a la sumatoria de actitudes unipersonales, asumen el rol de promotores y editores, actúan como receptores finales, reiniciando un ciclo informativo que no se encuentra basado en la profesionalización de quienes hacen noticia en la provincia.

Los inicios del periodismo digital nacen en Pastaza con *Puyo Gaceta* (www.puyogaceta.com), tiene 11 años de funcionamiento y nació con el objetivo de solucionar el problema de comunicación con los migrantes. Su fundador el periodista Hernán Heras Luna, manifiesta en el blog Periodismo Digital (2013) que la creación y mantenimiento del periódico digital fue muy duro, pues *PuyoGaceta.com* arrancó primero como una revista digital en 2005 y por la cantidad de usuarios, mensajes y sugerencias se convirtió en un semanario, pero con el paso del tiempo ahora es un periódico digital que actualiza información diariamente.

Según el Mapa de Medios Digitales (CIESPAL, 2012) Pastaza cuenta con los siguientes medios digitales: tres radios locales (Radio Municipal Pastaza 89.9 FM; Radio Puyo 89.1 FM y Radio Mía (Sonovisión 99.9 FM), un periódico nativo digital (*Puyo Gaceta.com*) y una radio nativa digital: Radio Súper Tropicana 105.9 FM.

1.3.4 Profesionalización del periodista digital en el país

En lo que respecta a la educación en Comunicación Social, se experimentan cambios que comprometen los medios y métodos utilizados y que deben formar parte de la educación de los estudiantes, tal es el caso del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el contexto del desarrollo informativo, por lo que se destaca las nuevas competencias profesionales que deben adoptar las universidades.

El periodismo en Ecuador atraviesa por un momento complejo, que exige a los medios como receptores de profesionales y a la academia como formadores, a realizar una evaluación crítica de doble vía. Los periodistas ecuatorianos Buitrón y Astudillo (2005) en su análisis del periodismo en el país, llegan a las siguientes conclusiones:

- a. El sistema educativo es deficiente; el periodista sale de la universidad sin las herramientas intelectuales y metodológicas necesarias, a pesar de su buen olfato periodístico.

- b. El docente dedicado a la formación de comunicadores no tiene la suficiente experiencia en periodismo; lo dejaron hace mucho y no se han actualizado.
- c. La deficiencia también es culpa del alumno, pues lee poco; tiene la idea de que el periodismo es “solo fama”. No está predispuesto a hacer investigación, ni buscar las historias fuera de la oficina (Astudillo & Buitrón, 2005).

Agregado a lo anterior, debe aclararse que el proceso de formación de comunicadores sociales en Ecuador vive un cuarto momento estimulado básicamente por la metamorfosis del periodismo. Es válido recordar que Internet y la tecnología digital actúan como una centrifugadora imparables y paradójica (Fogel & Patiño, 2007) cuya incidencia en el periodismo es notoria.

De esta tendencia podría derivarse un problema mayor “las escuelas de periodismo y las facultades de comunicación hoy se enfrentan a la dificultad de unir de manera armoniosa el contenido de las técnicas periodísticas, con las bases teóricas y el estudio de la comunicación social” (Mellado, 2006), además de las exigencias que plantean la presencia y acceso a las nuevas tecnologías.

La formación del periodismo digital en Ecuador

El desarrollo de la web y su influencia en el periodismo, tomó poder con la aparición de Internet ya que cambió la historia de hacer comunicación social, debido a que en la actualidad se ha convertido en una profesión, basada en las nuevas tecnologías de la información y comunicación, esto se debe especialmente a que se ha recopilado lo principal del periodismo tradicional, y se le brinda un valor agregado con las facilidades de la interactividad, multimedialidad e inmediatez.

Según datos de la UNESCO (2000) una de las derivaciones más importantes en la formación del periodista está en el papel de la educación, su relación con el hombre y la sociedad como instrumento de desarrollo. La educación es un servicio fundamentado en el respeto a todas las corrientes del pensamiento; un derecho humano universal, cuya finalidad es ampliar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática. A través de ella se puede colocar al capital humano en el centro de las fuerzas

que determinan la generación de riqueza y contribuyen al logro de los ideales sociales y de las metas del desarrollo de cualquier país o nación.

Sobre la formación del periodista en Ecuador, Díaz Nocci y Meso (2012) señalan que: “Las facultades de Periodismo siguen, en su mayoría, aferradas a unos planes de estudio un tanto desfasados y escasamente dinámicos, que no atienden a las demandas actuales del mercado ocupacional”.

En la actualidad existen exigencias que deben ser cumplidas en base a una adecuada adaptación curricular y de esta manera encontrar la pertinencia científica, social, académica y profesional, es así que en las universidades que ofertan la carrera de Comunicación Social han impulsado una oferta académica basada en el Ciberperiodismo, que involucre tanto las prácticas tradicionales como emergentes y la fusión entre los diferentes medios asociados a esas prácticas.

Al respecto, Meso (2003) plantea que los futuros profesionales de la comunicación se enfrentan al reto de unos estudios universitarios enmarcados en la tradicional cultura del texto y de la clase magistral. En ese sentido, no extraña que se produzcan asimetrías que agudizan el distanciamiento generacional existente entre maestros y enseñados.

Lo único y verdadero en base al desarrollo tecnológico del siglo XXI es que el periodismo se enfrenta a nuevos desafíos que involucran a una formación eficaz, orientadas a fortalecer los conocimientos de los estudiantes en el área de las tecnologías de la información y la comunicación, ya que el nuevo campo de trabajo y el mayor reto está en la formación que adquieran en las distintas escuelas de comunicación social, apuntalando sus conocimientos a las exigencias de comunicación del futuro.

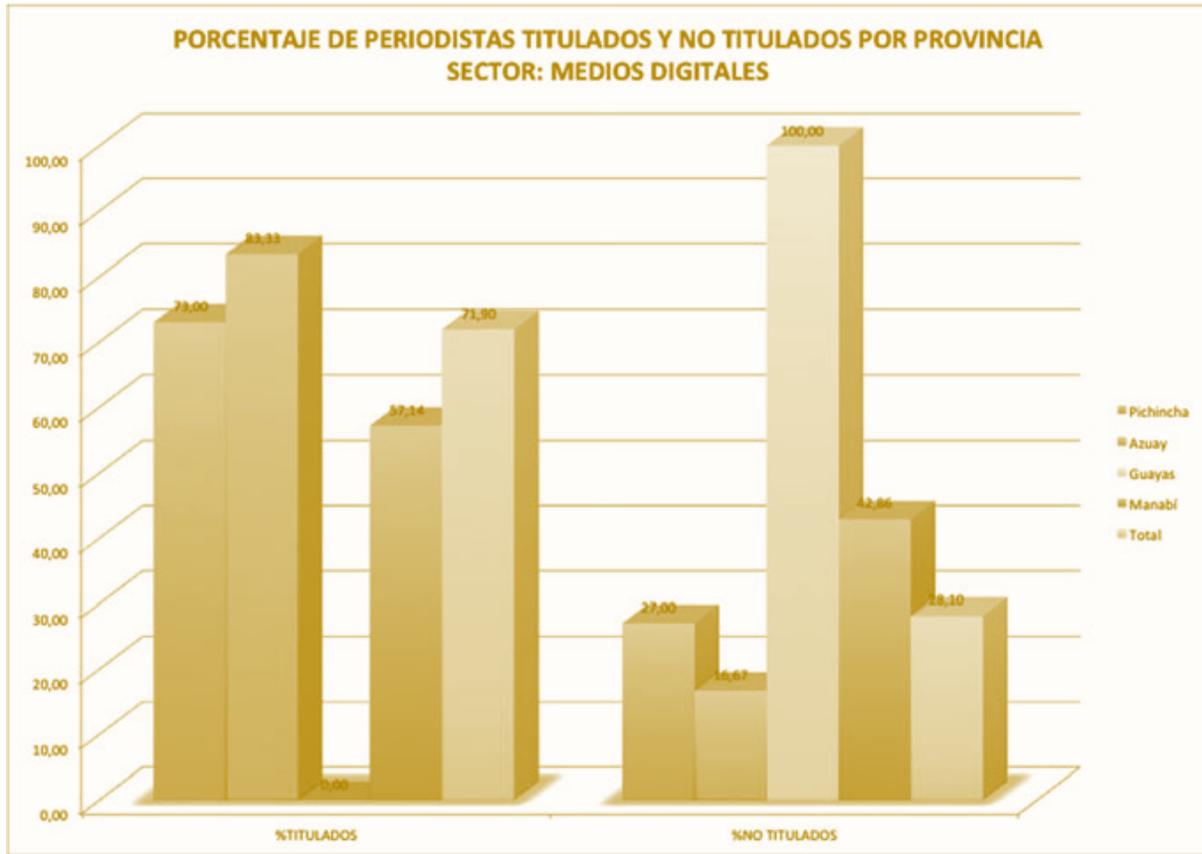


Gráfico 4. Periodistas titulados, y no titulados por provincias: medios digitales

Fuente: (Punín Larrea & Martínez Haro, 2013)

Según el gráfico anterior, se recalca y sobrepone la necesidad de capacitación y formación continua, y la imprescindible actualización los programas de educación en las competencias que se necesitan en el “mundo real”.

En lo que corresponde a la educación universitaria, “la propuesta formativa universitaria relacionada con las ciencias de la comunicación es de larga tradición en el país” (Punín Larrea & Martínez Haro, 2013); sin embargo, “el proceso de preparación, capacitación y actualización de comunicadores en el país está rodeado de intentos aislados de gremios, fundaciones y, en alguna medida, las universidades. Cada uno cuenta con su propuesta, con un plan de gestión, pero separados” (Punín Larrea & Martínez Haro, 2013).

1.3.5 Dimensiones y limitaciones del periodismo digital en Ecuador

En el estudio de Ecuador dentro del uso de tecnologías de información y comunicación aplicadas al periodismo digital, aún se puede decir que no ha logrado engancharse del todo a esta evolución tecnológica pues el acceso digital a nivel nacional, aunque en aumento, aún es limitado, el 44,14% de la población tiene acceso a Internet (ARCOTEL, febrero de 2016) .

El boletín Internet de ARCOTEL (2015) informa que desde la perspectiva internacional sobre el acceso a Internet, una fuente reconocida globalmente es el *Ranking Networked Readiness Index*, del informe *Global Información Technology*, que fue publicado por el Foro Económico Mundial a finales de 2014.

El Networked Readiness Index es construido, anualmente, a partir del análisis de una muestra de países y un conjunto de 54 variables agrupadas en cinco subíndices, relacionadas con el marco político, infraestructura, uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS) e impacto asociado a las TICS. (ARCOTEL, 2015).

Tabla 3. Posición de Ecuador en el “Global Information Technology Report”

Periodo	Posición Respecto al Mundo
2008-2009	116 de 134 países
2009-2010	114 de 133 países
2010-2011	108 de 138 países
2011-2012	96 de 142 países
2012-2013	91 de 144 países
2013-2014	82 de 148 países

Fuente: (ARCOTEL, Internet. Boletín Estadístico del sector de las Comunicaciones.#6, 2015)

En cuanto al uso de las tendencias digitales, Isabel Punín, Alison Martínez y Nathaly Rencoret (2014) expresan que:

Existen diez tendencias digitales que deberían definir el manejo de un medio poseionado en Internet. Entre estas se destaca la importancia de la interacción entre medio y audiencia; así

como la implementación de aplicaciones tecnológicas y multimedia en los medios. En la siguiente tabla se puede visualizar las diez tendencias en estudio:

Tendencias 2012	Tendencia General	Características
1	Digital First	Digital First, darle prioridad a lo digital en un medio de comunicación, es decir, todo el contenido y trabajo lo realizan bajo un entorno netamente virtual y lo actualizan de manera constante.
2	Influencia creciente de las tabletas y de los móviles inteligentes	Ahora el acceder a Internet mediante un dispositivo inalámbrico, excluyendo ordenadores portátiles, es una tendencia importante. Poder acceder mediante un teléfono móvil o tablet a un medio digital, es una estrategia prioritaria para un medio de comunicación. Por ejemplo la aplicación Media Shift (2012).
3	Modelo de negocios híbridos	Se refiere a la publicidad. La publicidad es muy importante, representa un ingreso económico significativo que puede ser invertido de manera positiva en el medio.
4	Apps nativas vs aplicaciones HTML5	Es una manera de facilitarle a la audiencia el acceso a la información. HTML5 facilita la multimedialidad en la página digital; poder compartir vídeos, imágenes, etc.
5	Agregadores inteligentes	Agregadores de información, aplicaciones que ayudan a recibir información de su preferencia. Internacionalmente existe la aplicación Zite (Google Play, 2012).
6	Data journalism	Es la cantidad de información que manejan en el medio digital, el almacenamiento de la misma es importante, considerando que en un futuro pueda ser de utilidad; así como la actualización constante de la información. Y sobre todo la correcta clasificación (DJB, 2011).
7	Apuesta por el vídeo	El vídeo es llamativo para cualquier medio de comunicación digital, incluir este tipo de material es una prioridad. La multimedialidad es muy importante, ahora es fácil crear una

		cuenta en YouTube para poder hacer uso del mismo, enlazando vídeos a un medio digital, complementando la información que se ofrece.
8	Second screen apps	Los usuarios que consumen televisión ahora lo pueden hacer mediante una segunda pantalla (tablet, smartphone). Es un dispositivo electrónico que permite interactuar con el contenido que visita en línea, que también provoca la fragmentación de audiencias.
9	Social-local móvil	Involucrarse con las redes sociales es de suma importancia. La interactividad que podemos ejercer sobre nuestra audiencia mediante las redes sociales más conocidas (Facebook, Twitter y YouTube) es primordial, esto no tiene precio. Crear un ambiente de feed-back garantiza que nuestra audiencia sea fiel, no sólo publicar contenido, sino dejar que nuestra audiencia participe y al hacerlo que se sienta escuchada por el medio.
10	TV conectados	En la actualidad podemos gozar de la televisión e Internet entrelazados. Smart TV aún no está en auge en Ecuador. La televisión nos brinda la oportunidad de la convergencia multimediática, pero es aún un negocio por explorar.

Ilustración 7. Tendencias digitales de los medios de comunicación.

Fuente: Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro (Punín, Martínez, & Rencoret, 2014).

Teniendo en cuenta la tabla anterior Isabel Punín, Alison Martínez y Nathaly Rencoret resumen en su texto “Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro” (2014), una serie de limitaciones de los medios digitales en Ecuador:

- ✓ Los medios digitales en Ecuador ofrecen pocas aplicaciones para móviles y otro tipo de dispositivos tecnológicos portátiles impidiendo así crear multimedialidad y facilidad de expresarse a través de varias plataformas.
- ✓ No existe *feed-back*, únicamente se están conformando con informar, pero no toman en cuenta que el lector es cada vez más exigente.

- ✓ Escasa y casi nula formación sobre los entornos digitales. Si la Universidad no forma periodistas digitales difícilmente estas iniciativas pueden llegar al seno de la empresa periodística.
- ✓ Deficiencias en la comunicación bidireccional, no existe interacción entre el medio y su audiencia, lo que contribuye a la poca generación de contenidos propios y su posicionamiento en Internet (Punín Larrea & Martínez Haro, 2013).

En síntesis, hay una variedad de tendencias sociales, políticas, económicas y tecnológicas que plantean consecuencias interesantes para las competencias requeridas por los profesionales en el área de las comunicaciones para el desarrollo y el cambio social. El próximo paso es examinar la probable repercusión futura de tales tendencias, desarrollar un consenso sobre cuáles son los desarrollos que tienen mayor probabilidad de ocurrir o de tener una repercusión más alta sobre la práctica profesional, así como determinar los cambios necesarios en las habilidades, las actitudes y el conocimiento para la preparación de futuros profesionales.

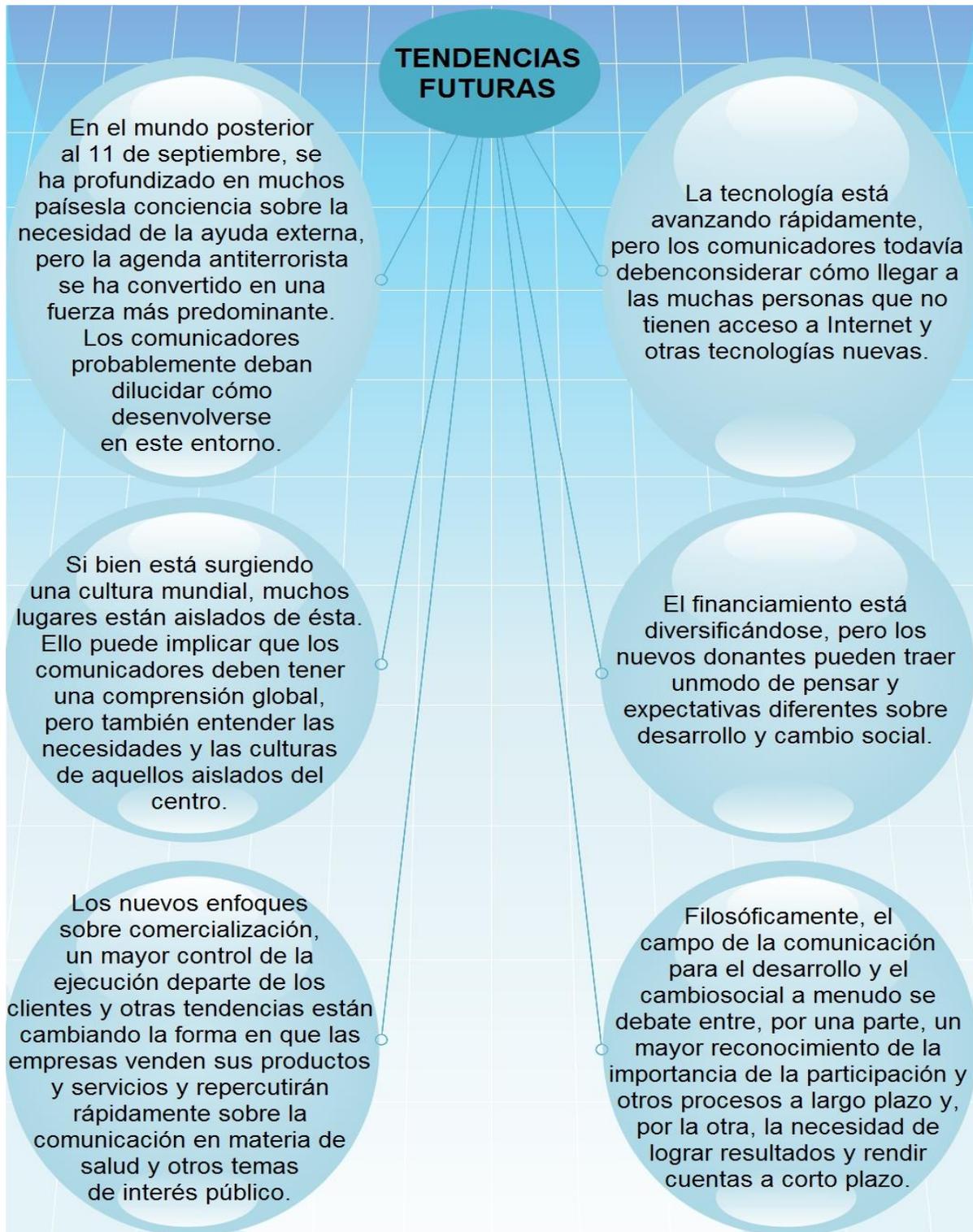


Ilustración 8. Tendencia Futuras

Fuente: (Faulkner, 2001).

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

2.1 Identificación del problema

La presente investigación tiene como fin diagnosticar el estado de desarrollo del periodismo digital en Ecuador, tomando como unidad de análisis tres medios localizados en la provincia de Pastaza: Radio Municipal Pastaza, *Puyo Gaceta* y Sonovisión.

Es importante destacar que para laborar en el periodismo digital es de suma importancia poseer elementos cognoscitivos, técnicos y creativos en base a la preparación de contenidos en línea con estilo noticioso, incluyendo la teoría y la práctica en el desarrollo de las labores periodísticas, definiéndose el enfoque de la presente investigación como cualitativa, porque se enfoca en la caracterización del periodismo digital de la provincia de Pastaza en base a experiencias de cada uno de los medios en estudio, se analizó cualitativamente cada uno de ellos para indagar la influencia que tiene el periodismo digital en los medios de comunicación en estudio.

2.2 Planteamiento del problema

El auge de las nuevas tecnologías de la información y comunicación a nivel mundial ha permitido el acercamiento de las personas a la noticia, ya que a través de internet los usuarios pueden enterarse de lo sucedido en cuestión de segundos. Por otro, lado los medios virtuales o digitales, permiten romper los viejos paradigmas ideológicos de la comunicación tradicional.

En la actualidad la población se encuentra en la búsqueda de realidades que no forman parte de su entorno, y estas se enlazan a lo virtual que es ingrediente fundamental del mensaje periodístico, pues se busca una verdad completa sin maquillaje ni ciencia ficción. De acuerdo con lo expuesto, la tecnología actual permite la simulación de la realidad al servicio de los intereses particulares de los usuarios de la Red. De esta manera se analiza que en un entorno de abundancia informativa existe la premura de redefinir los contenidos y los procedimientos de la formación académica de los profesionales de la comunicación, catalogándose como una necesidad urgente a nivel mundial.

Es así que en Pastaza la comunicación se ha ramificado y extendido más allá del periodismo, que tradicionalmente se le considera como tal, por lo que en el estudio, se fortalecerá el tema del periodismo y el periodista digital en la actualidad ya que existe la necesidad de conocer qué

tipo de producción audiovisual se utiliza y cuáles son los medios y actores del mismo, en relación con la demanda externa y la búsqueda de estas características en los medios de comunicación locales. Así en una nueva generación de comunicadores involucrados en la era digital, y en su relación directa con la sociedad.

2.3 Delimitación

Campo : Prospectiva del periodismo digital

Área : Empresa periodística

Aspecto : **Medios de Comunicación de Pastaza – periodismo digital**

Delimitación Espacial: Esta investigación se realizó en la provincia de Pastaza

Delimitación temporal: Año 2014

Unidades de Observación: Medios de comunicación de la provincia de Pastaza, con enfoque en el periodismo digital

2.4 Justificación

El estudio del desarrollo del periodismo digital en Ecuador es necesario para la obtención de información valiosa y de primera mano, que sirve como punto de partida en herramientas de capacitación para los periodistas que se encuentren ejerciendo su labor. Además investigaciones de este tipo devienen importante material de estudio para los jóvenes en formación, que pretenden asumir la noble profesión de informar.

2.5 Tipo de Metodología

La investigación es de tipo cualitativo, ya que se basa en información comportamental, en consonancia con las cualidades del ser humano, que se implementan en el presente estudio al momento de analizar cada uno de los medios objetos de indagación, además se analizan los resultados obtenidos de las entrevistas y las encuestas, así como cada uno de los estudios de caso.

Además, es cuantitativa porque hace uso de la estadística, ya que se examinan datos numéricos en base a la aplicación de encuestas a los empleados de los medios de comunicación en estudio.

2.6 Técnicas utilizadas

Entrevistas

La técnica de la entrevista es la comunicación entre dos o más personas para la obtención de información buscada por el entrevistador. Este tipo de comunicación oral permitió obtener información primaria de los gerentes de los medios de comunicación Radio Municipal Pastaza, *Puyo Gaceta* y Sonovisión. En total se aplicó tres entrevistas a los gerentes de los medios de comunicación, con la finalidad de fomentar un acercamiento con cada uno de los administradores para estar al tanto de los conocimientos que poseen sobre el ciberperiodismo, así como identificar cómo ellos relacionan el periodismo digital de Pastaza (basados en sus empresas periodísticas) con la empresa periodística en Ecuador.

Por otra parte, existía la necesidad de conocer sus criterios sobre la evolución que han tenido los medios que ellos dirigen a través de los años. Además como el tema investigado se basa en el periodismo digital, era de suma importancia saber si consideran que la tecnología digital es fundamental para el periodismo. Sus respuestas fueron de utilidad, para el posterior análisis de los diferentes estudios de caso, así como determinar en base a sus opiniones sobre el principal potencial de los medios digitales en el país y si existe la necesidad de formación del personal enfocado al desarrollo del ciberperiodismo.

Para el diagnóstico de los medios se diseñó una entrevista estructurada, para los administradores de los medios y un cuestionario de preguntas cerradas para el personal que trabaja en los medios (ver anexos 1 y 2).

Encuestas

Según Buendía, Colás y Hernández (2014, pág. 120) La técnica de la encuesta ayuda a obtener respuestas con relación a las variables, en base a la recolección de información a través de un cuestionario estructurado."

Se diseñó un cuestionario que fue aplicado a los 40 empleados de los medios, acerca de lo que es el ciberperiodismo, la categorización de la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en Ecuador, su evolución y la relación con el medio al que pertenecen, su punto de vista con respecto a la tecnología digital y cuán fundamental es para el periodismo. También se indagó en sus opiniones con respecto a si los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional. Se investigó sobre su conocimiento con respecto a la principal característica de los medios digitales en el país, la formación que poseen acerca del desarrollo del ciberperiodismo, y sus necesidades de capacitación para fortalecer el desarrollo del periodismo digital.

Observación: Según (García, 2015) “consiste en recibir conocimiento del mundo y el registro de información por medio de herramientas e instrumentos científicos”. Contribuyó a la objetividad de la investigación pues permitió contrastar las respuestas arrojadas por las encuestas y el cuestionario.

Según, lo analizado en el marco teórico, se estableció como criterios de observación, la función del medio y su cumplimiento. Además, se observará en cuanto a las características del periodismo digital si se cumple las siguientes:

- **Hipertextualidad** - Se trata de la “capacidad de interconectar textos digitales entre sí” entendido aquí el concepto de “texto digital” como una combinación de palabras u otros elementos multimedia” (Salaverría, 2005).
- **Multimedialidad** - “Capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un sólo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (Salaverría, 2005).
- **Interactividad** - Esta característica, quizás la más visible de la Web, se entiende como la capacidad que el contenido posee de permitir al usuario construir el tipo de relación con los contenidos. Esto implica diversos niveles de relación, del más simple, como el simple clic en un enlace, al más complejo, como el envío de comentarios, la participación en foros asociados a noticias, etc. (Salaverría, 2005).

Estudios de Caso

Según (Ojeda, 2011, pág. 144) el estudio de caso es:

Una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, la cual podría tratarse del estudio de un único caso o de varios casos, combinando distintos métodos para la recogida de evidencia cualitativa y/o cuantitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría.

En base a lo expuesto por el autor y enfocando el método de estudio de caso al tema planteado, se puede decir que sirve para diagnosticar y ofrecer soluciones a lo investigado durante el proceso, ya que es útil para ampliar el conocimiento en un entorno real, desde múltiples posibilidades, variables y fuentes.

Como expone (Martínez & Piedad, 2011, pág. 179):

Realmente no existe una estructura determinada para la elaboración de un estudio de caso. Por ejemplo, la extensión de éste depende de diferentes factores como el caso en cuestión, el área disciplinar a la que éste pertenece, el autor del estudio, la finalidad y los receptores ideales. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que existen cinco componentes esenciales para este género escrito: preguntas de investigación, proposiciones teóricas, unidades de análisis, vinculación lógica de los datos a las preguntas formuladas y finalmente, la interpretación de dichos datos.

Según lo anterior, el estudio de caso examina temas actuales, fenómenos contemporáneos, que representan algún tipo de problemática de la vida real como es el caso de la Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana, en base a estudios de caso de los medios, en los cuales se intenta responder el cómo y el por qué. El estudio de caso utiliza múltiples fuentes y datos, ya que esta herramienta es útil para ampliar el conocimiento del entorno real de los tres medios de comunicación, pues su uso permite analizar el problema existente y determinar diferentes alternativas para resolverlo.

Los principales métodos para recopilar la información necesaria para el estudio de caso fueron la entrevista, encuestas y la recopilación de fuentes secundarias tales como la revisión bibliográfica para desarrollar la historia y evolución del medio de comunicación a través del tiempo, con la finalidad de determinar la evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana.

2.7 Modalidades de la investigación

El diseño de la investigación responde a dos modalidades:

Bibliográfica documental

Tiene como propósito detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre la Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana, en base al estudio de caso de los medios, a partir de documentos: fuentes secundarias como revistas, libros, internet, periódicos y otras publicaciones.

De Campo

Es el estudio sistemático de los hechos donde se producen, en este caso el estudio se realizó en Radio Municipal Pastaza, *Puyo Gaceta* y Sonovisión.

Exploratorio

Este tipo de investigación es la base pues no existe ningún modelo o base para realizar el estudio, sirvió para familiarizarse con los fenómenos, hechos o situaciones que son desconocidos.

Este nivel de investigación posee una metodología flexible, que permite familiarizar al investigador con la evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana.

Descriptivo

Es un nivel de investigación de medición precisa, requiere de conocimientos suficientes, tiene interés de acción social, compara entre dos o más fenómenos, situaciones o estructuras, clasifican comportamientos según ciertos criterios; caracteriza a una comunidad y distribuye datos de variables consideradas aisladamente.

2.8 Población

El universo de estudio son los medios de comunicación del cantón y provincia de Pastaza, según se explica en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Población

Informantes	Frecuencia
Entrevista	
Gerentes	3
Encuestas	
Empleados de la Radio Municipal, Puyo Gaceta y Sonovisión	40

Fuente: Población y muestra

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Por ser la población correspondiente a gerentes y empleados menor a 100 se trabajó con la totalidad del universo de estudio.

CAPÍTULO III
RESULTADOS ESTUDIOS DE CASO

3.1 Resultados del proceso de recolección de información primaria para los estudios de caso

En vista de que la técnica del estudio de caso no contempla una estructura determinada, se procede en base al criterio de la autora a seguir los parámetros expuestos en la ilustración que se muestra a continuación:

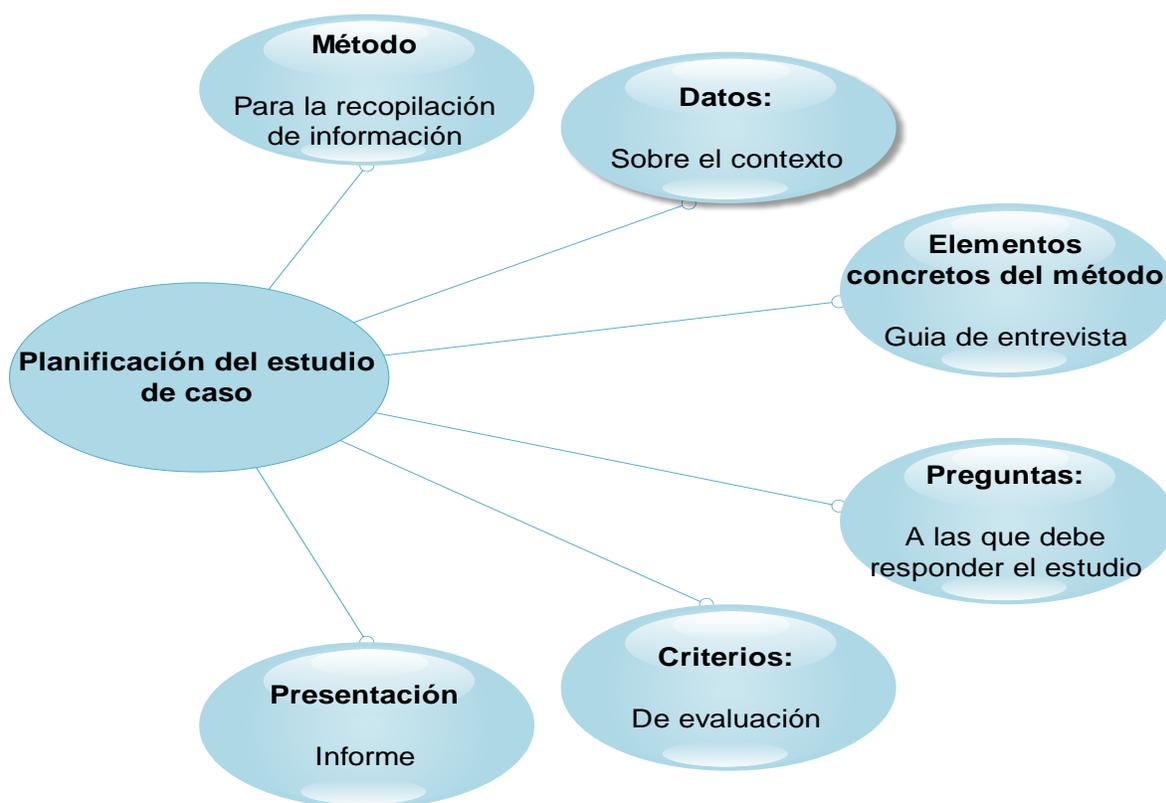


Ilustración 9: Parámetros de estudio

Fuente: (Faulkner, 2001)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Se esquematizará el estudio de caso de la siguiente manera:

Primero se exponen los datos sobre el contexto de los medios, en el mismo orden descrito, es decir se inició con un estudio individual de cada medio de comunicación, se realizó un análisis general de cada uno, y se estableció las primeras observaciones y conclusiones al respecto, para en el momento de establecer el informe final se pueda realizar una comparación en base al periodismo nacional; luego se procede con la entrevista al gerente, misma que contempla

cada una de las respuestas obtenidas, posteriormente se encuentra la tabulación de encuestas aplicadas a los empleados de los medios respectivamente y de manera individual con su gráfica respectiva finalizando con el análisis, basado en criterios de evaluación, motivos de estudio, con la finalidad de lograr el objetivo principal de la investigación que es indagar en la evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana, en base a los estudio de caso planteados sobre los medios.

3.2 Contexto de Radio Municipal Pastaza



Ilustración 10: Radio Municipal Pastaza

Fuente: Pantalla de Internet de la Radio Municipal (2015)

Según la nueva Ley de Comunicación en su Art. 88, las estaciones de radio creadas por las Funciones del Estado y los GADs son medios de comunicación públicos con carácter oficial, tal es el caso de la radio “Pastaza 89.9Fm”.

Desde su creación en mayo de 2009, a la radio del Municipio de Pastaza se la ha conocido como la Radio Municipal y en forma abreviada como La Muni 89.9Fm. Más, ahora con la nueva Ley, pasa a constituirse en la radio pública de Pastaza.

Al decir pública, se refiere a que su objetivo principal además de difundir la posición oficial del Gobierno Municipal de Pastaza, debe preocuparse por los intereses generales de la ciudadanía. Es por ello que, según su actual director Andrés Ortega, en estos momentos, esta entidad encuentra empeñada, en constituirse en la Radio oficial de la ciudad, de tal forma que sea una vitrina al pensamiento y quehacer de todos los sectores.



Ilustración 11: Radio Municipal Pastaza

Fuente: Pantalla de Internet de la Radio Municipal (2015)

La radio trabaja también con redes sociales, página web. www.lamuni.puyo.gob.ec y cuenta con sistema de webcam.

Su función especial es la de ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento, además de promover una cultura de paz, respeto a los derechos humanos, igualdad de género y la interculturalidad.

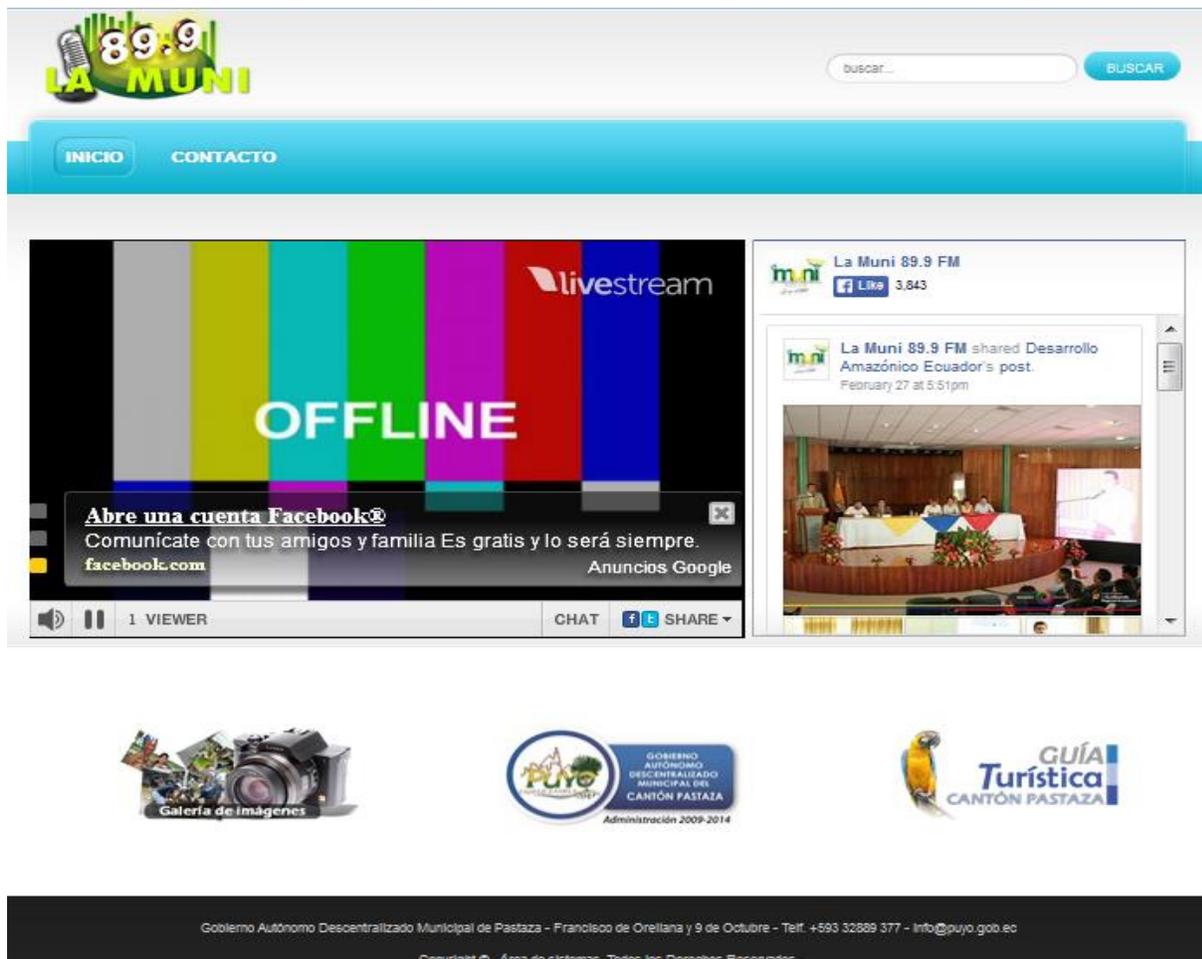


Ilustración 12: Radio Municipal Pastaza

Fuente: Pantalla de Internet de la Radio Municipal (2015)

En este sentido, al momento la estación radial cuenta con espacios donde los niños se sienten incluidos como: “Pequelandia” y “Nuestra Honda” así como tres espacios para que los jóvenes expresen su libre pensamiento como: “TNT” “Juventud FM” y “Consentidos”. Mientras que todas las mañanas las instituciones y sectores organizados tienen la oportunidad de informar sobre sus actividades. Y siendo matriz del programa “Pastaza Habla” brinda la oportunidad para que las entidades del estado presenten un informe de labores. Y los sábados forma parte del enlace sabatino. Además cuenta con programas culturales como “Guayusa Yacha” conducido por Gretty Vargas, “Folclor Canela” con Mario Maldonado y el programa de la CCE-NP.

Educativos como “Sin Despertador” por el padre Andrés Ortega; entretenimiento como: “La Cueva del Pato” con Patricio Vargas y “Con las manos en la mesa” Con Mayra Escobar; informativos como: “En Voz Alta” y “La Papa Caliente” con Marco Cabezas.

Como servicio a la colectividad la radio está presente con transmisiones en vivo los eventos más significativos, además de actividades festivas como pregones, desfiles y sesión solemne de las festividades de los GADs Parroquiales. En producción se colabora con animación, edición de audio para perifoneo y spot publicitarios. Las nuevas prácticas y las posibilidades que comenzaron a ofrecer *lamuni.puyo.gob.ec* generaron algunas promesas que alimentaron la idea de la gran transformación del periodismo y las posibilidades de ampliar las condiciones de la libertad de prensa.



Ilustración 13: Radio Municipal Pastaza

Fuente: Pantalla de Internet de la Radio Municipal (2015)

Lamuni.puyo.gob.ec está enlazada directamente a la página del GAD cantonal de Pastaza, y cuenta con una galería de fotografías y la guía turística del cantón Pastaza. Además contiene botones de enlace a la red social Facebook, teniendo un buscador y noticias ancladas a la página, destacando problemas de enlace por la dificultad de la zona para el acceso a internet. Se destaca por otra parte que cuenta con seguidores en la red social, mismos que comentan y contribuyen activamente con el desarrollo de los programas establecidos dentro de la radio.

3.1.1 Análisis de la entrevista realizada al administrador de la Radio Municipal Pastaza

Andrés Ortega, quien es el Administrador del medio de comunicación radial tiene cierta preferencia por el canal *Teleamazonas* a nivel nacional, ya que considera que su trabajo es más profundo y de actualidad, así como también considera que es un canal completo con profesionales que dedican su tiempo y esfuerzo para obtener los mejores resultados en comunicación. Además, en lo que respecta a preferencias de comunicación escrita a nivel provincial, considera al diario *Los Andes* y el Nuevo *Heraldo*, medios de referencia de la ciudad.

Por otra parte, el administrador Andrés Ortega considera que ciberperiodismo es el periodismo que hace uso de los beneficios del internet para las publicaciones de la noticia desde cualquier parte del país y el mundo. Además, menciona que a nivel nacional existen grandes empresas dedicadas al periodismo que en la actualidad están totalmente digitalizados, con equipos de punta que les permite acceder a la información a nivel no solo nacional sino mundial, de la misma manera cuentan con profesionales especializados en la materia con conocimientos actualizados que se direccionan hacia el periodismo digital. Analizándolo de esta manera considero que Pastaza aún no cuenta con los recursos ni el personal capacitado para decir que ya está digitalizado, por lo que además de equipos e inversión se necesita personal que sepa manejar este tipo de periodismo para brindar servicios de calidad en lo que compete al periodismo local.

Menciona que en la actualidad es necesario que los usuarios de los medios de comunicación radial interactúen y puedan observar lo que la radio le trasmite, ya que ese es el objetivo de la página web de la radio, subir videos, fotografías entre otros datos informativos para que los radioescuchas puedan tener mayor información. Y considera que los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedia en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional ya que no existe suficientes profesionales actualizados sobre el tema y la mayor parte de los que se encuentran en los medios de comunicación de la provincia de Pastaza no están acostumbrados al uso de elementos multimedia, sin embargo en la actualidad en la Radio Municipal si se está capacitando al personal y contratando gente joven y profesional en el tema, recalcando que todavía falta trabajo en la provincia para lograr los índices nacionales y más aún internacionales.

Por otra parte, menciona que el principal potencial de los medios digitales en el país es el acceso inmediato a la información a nivel mundial, así como la publicación de noticieros en páginas web para que el público pueda observar o escuchar las noticias que por cualquier motivo no pudieron acceder en el momento oportuno, siempre con la premura de contar con personal capacitado para desenvolverse en el medio tecnológico actual que envuelve la comunicación.

Encuesta aplicada a Empleados de Radio Municipal Pastaza

Tabla 5. Encuesta aplicada a empleados de Radio Municipal Pastaza

RADIO MUNICIPAL PASTAZA								
No	PREGUNTAS	OPCIONES DE RESPUESTA						TOT AL
1	¿Conoce lo que es el ciberperiodismo?	Si		Un Poco		No		15
		3	20,0 %	7	46,7%	5	33,3%	
2	¿Cómo categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?	Bueno		Regular		Malo		15
		2	13,3 %	5	33,3%	8	53,3%	
3	El periodismo digital ha evolucionado en el Ecuador. ¿Cómo lo ha hecho en la Radio Municipal Pastaza?	A paso rápido		Moderada mente		Lento		15
		2	13,3 %	4	26,7%	9	60,0%	
4	¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo?	Si		No Lo Sé		No		15
		10	66,7 %	4	26,7%	1	6,7%	
5	¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional?	SI		Pocas veces		NO		15
		4	26,7 %	5	33,3%	6	40,0%	
6	¿Cuál es la principal característica de los	Interactú		Informaci		Atractivo		

	medios digitales en el país?	a con el usuario	ón en tiempo real	para el usuario	
		4 26,7 %	6 40,0%	5 33,3%	15
7	¿La formación del personal de la empresa está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?	Si	Un Poco	No	
		2 13,3 %	4 26,7%	9 60,0%	15
8	¿Considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?	Si	Algo	No	
		9 60,0 %	4 26,7%	2 13,3%	15

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

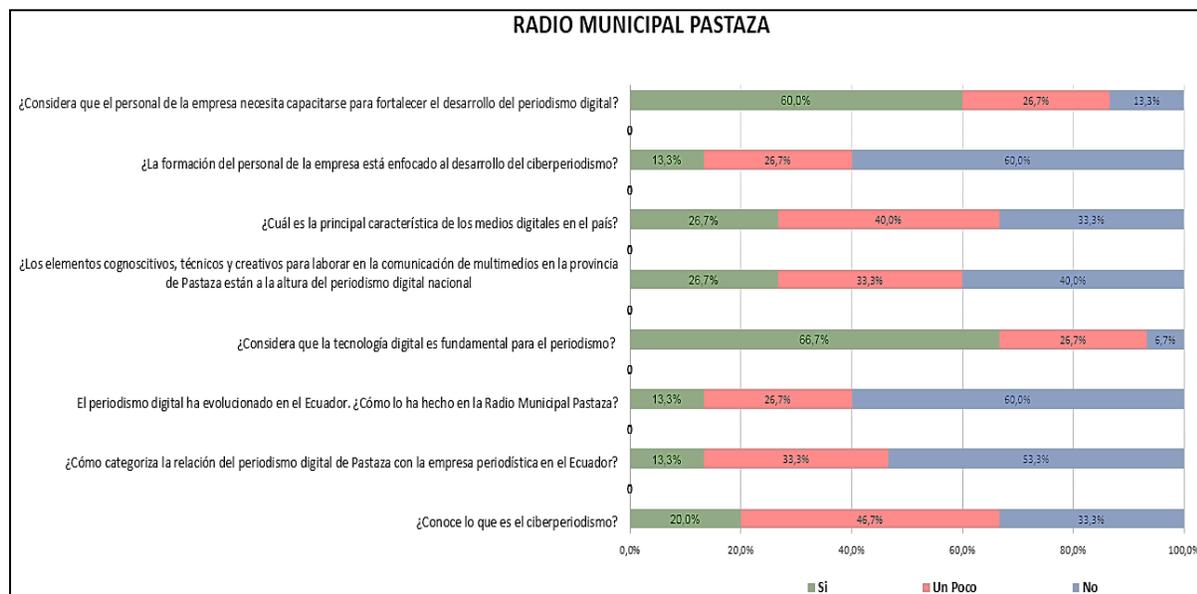


Gráfico 5. Resultados

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

En la encuesta realizada a los empleados de la Radio Municipal Pastaza el 46,7% solo conoce un poco sobre lo que es el ciberperiodismo. Por otra parte el 53,3% categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en Ecuador como mala.

Con respecto a si el periodismo digital ha evolucionado en Ecuador y cómo ha crecido Radio Municipal Pastaza, el 60% menciona que es lento. Por otra parte, el 66,7% considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo, teniendo un 40% de empleados que mencionan que los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional. Determinando como principal característica de los medios digitales en el país la información generada en tiempo real. Por lo que uno de los principales problemas de la radio es que la formación del 60% del personal de la empresa no está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo. Existiendo la necesidad de que el personal se capacite para fortalecer el desarrollo del periodismo digital.

Una vez analizados los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de Radio Municipal Pastaza puede establecerse que existe la necesidad de dar a conocer con claridad sobre lo que es y los principales beneficios del ciberperiodismo, ya que en esta empresa aún no se alcanza el nivel periodístico digital que se maneja a nivel nacional, debido a la lentitud de los avances tecnológicos, tanto a nivel local como regional, destacando además la formación del personal que labora en la Radio, por lo que la evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la empresa periodística ecuatoriana, en base al estudio de caso de la Radio Municipal Pastaza, se establece como inconclusa e indeterminante, con la necesidad de personal capacitado en el tema.

3.2.2 Criterio de Observación

FUNCIÓN DEL MEDIO DE PRENSA

En cuanto a la función establecida por la Radio:

“Su función especial es la de ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento, además de promover una cultura de paz, respeto a los derechos humanos, igualdad de género y la interculturalidad.”

- De acuerdo con lo observado en el análisis a su parrilla informativa transmitida por la web se corrobora la presencia de contenidos educativos, como el programa Pequelandia, para niños, donde se inculcan valores para la correcta formación del pequeño.
- Se evidencia la publicación de contenidos que llaman la unión del país y la cultura de paz sobre todo en los espacios informativos como “La Papa Caliente” con trabajos periodísticos acerca de la historia de la nación.
- Se hacen eco de las campañas por los derechos humanos y la igualdad de género.

CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL EN LAMUNI, RADIO PASTAZA

- **Hipertextualidad**

Lamuni.puyo.gob.ec está enlazada directamente a la página del GAD cantonal de Pastaza, cuenta con una galería de fotografías y la guía turística del cantón Pastaza. Además contiene botones de enlace a la red social Facebook, tiene un buscador y noticias ancladas a la página, aunque presenta problemas de enlace por la dificultad de la zona para el acceso a internet.

- **Multimedialidad**

Lamuni, conjuga en su producción informativa, imagen, texto, y sonido para entregar un producto comunicativo más completos (Ver gráfico 17) aunque estas características tienen un uso incipiente que puede ser mejor aprovechadas.

- **Interactividad**

Lamuni.puyo.gob.ec debe implementar que los usuarios aumenten su interacción y puedan observar lo que la radio le trasmite, ya que ese es el objetivo de la página web de la radio, subir videos, fotografías entre otros datos informativos para que los radioescuchas puedan tener mayor información.

3.3 Contexto de Puyo Gaceta

Puyo Gaceta es el primer diario digital de la provincia de Pastaza, nació como parte de una idea independiente de un escritor que ofrece servicios informativos de política, deportes, salud, educación, turismo, producción, información regional, construcción, comercio, cultura, policiales. Además, se tomó la iniciativa de los principales diarios del país creando pestañas de farándula, opinión y religión.



Ilustración 14: Puyo Gaceta

Fuente: Pantalla de Internet del Diario Digital Puyo Gaceta (2015)

Es necesario especificar, que Puyo Gaceta es un diario únicamente local por lo que existe la necesidad de primeramente incursionar en los usuarios de la provincia de Pastaza y luego extenderse al resto del país. Para desarrollar esta labor, la publicidad es esencial, pues al ser una publicación privada sus sustentabilidad es principalmente a través de anuncios.

Por otra parte, aún no se trabaja en la parte creativa con respecto a la forma de hacer noticia interactiva o ciberperiodismo, en vista que al abrir la página se puede observar un diario normal publicado en línea, por lo que el conocimiento sobre el buen uso de internet y las nuevas tecnologías se hace evidente ante los usuarios que buscan interactividad e información actualizada diariamente.

El periodismo es un oficio altamente calificado por la gama de posibilidades que ofrece en cuanto a la presentación de sus contenidos. A aquellos que se dedican a estudiarlo, la educación en comunicación social enseña diferentes formatos para ello. Dentro del pensum académico de la profesión y refiriéndose al tema, se encuentran principalmente la noticia, la entrevista, el informe especial, las crónicas, los reportajes, las columnas de opinión y los editoriales. Sin embargo, se evidencia la falta de formación en el diario Puyo Gaceta como se muestra a continuación en un reportaje del diario.



Ilustración 15: Página web de diario digital Puyo Gaceta

Fuente: Pantalla de Internet del Diario Digital Puyo Gaceta (2015)

Se ha detectado en el análisis correspondiente a *Puyogaceta.com* que no existen imágenes de televisión o archivos de audio de algunas emisoras por lo que nace la interrogante. ¿Es periodismo digital el que practican *Puyogaceta.com*? Aparentemente no. Y todo porque en muchos casos pasan por alto las herramientas que se hicieron para marcar la diferencia en el campo. En su espacio más importante, *puyogaceta.com* tiene buscador, archivo de noticias, acceso a redes sociales y no contiene envío de RSS (sistema Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML para personalizar en los computadores), dentro de lo más destacado.

Puyogaceta.com además ofrece una sección Multimedia en la que alberga videos, imágenes, audio y ediciones especiales. Una buena cantidad del material que allí se encuentra proviene

de fuentes no especializadas en el periodismo digital como Sonovisión o imágenes de aficionados y YouTube.



Ilustración 16: Página web de diario digital Puyo Gaceta

Fuente: Pantalla de Internet del Diario Digital Puyo Gaceta (2015)

El compromiso y manejo adecuado del periodismo digital se pone a la expectativa, ya que todos los frentes a los que se compromete el periódico digital, son cubiertos de manera adecuada. El problema está en la presentación que se hace de ellos. Se debe pensar en la inclusión de herramientas (podcasts o videocasts) que refuercen y argumenten los textos, gráficos publicados en formato digital, porque evidentemente el texto ya no es suficiente en el formato digital. Y cuando se piense en eso, el camino a seguir está en el desarrollo propio de esos complementos, más no en la adecuación de materiales pensados para ser reproducidos.

3.3.1 Análisis de Puyo Gaceta

En la entrevista realizada a Hernán Heras Luna; administrador de *Puyo Gaceta*, menciona que a nivel nacional los medios de comunicación que más destacan por su trabajo y actualización son *Ecuavisa* y *Teleamazonas*, porque han trabajado para impulsar noticias de tipo internacional, promoviendo la calidad periodística a nivel de país. Asimismo, a nivel provincial prefiere a los diarios *Puyo Gaceta* y *El Observador*.

Para Hernán Heras, el ciberperiodismo no es más que las publicaciones de las noticias a través de internet, economizando papel y optimizando el tiempo de enlace entre la noticia y los

usuarios. Considera además que el periodismo digital en Pastaza no se compara todavía con el de nivel nacional, en vista que aún no se cuenta con los equipos, medios y recursos necesarios para que todos los colegas periodísticos de la provincia alcancen el nivel de las grandes compañías nacionales, sin embargo, *Puyo Gaceta* es un periódico digital que se encuentra en auge a nivel provincial, desarrollando noticias locales, nacionales e internacionales. La relación mínima que se puede encontrar entre la provincia y a nivel nacional es la necesidad de profesionales especializados en lo que es el periodismo digital, ya que la mayor parte de los que trabajan en radio, televisión y prensa escrita no cuentan con la formación necesaria para incursionar en este ámbito.

Por otra parte, considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo, ya que en el caso de *Puyo Gaceta* es la base para su funcionamiento, siendo la tecnología indispensable en la actualidad, puesto que a través de ella nos mantenemos informados en todo el mundo. Evidenciándose limitaciones con respecto a los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza en vista de que no están a la altura del periodismo digital nacional, dado que en primer lugar se necesita personal especializado en la materia, creativos y técnicos, así como las facilidades tecnológicas para que la gran mayoría de la población tenga acceso a la información digital.

Considera además que el principal potencial de los medios digitales en el país es el acceso oportuno e inmediato a los sucesos dados a nivel mundial y nacional, además de destacar la facilidad para subir imágenes, videos y fotografías que brindan al usuario información directa de los acontecimientos.

Tabla 6. Encuesta aplicada a trabajadores de Puyo Gaceta

PUYO GACETA								
No	PREGUNTAS	OPCIONES DE RESPUESTA					TOT AL	
1	¿Conoce lo que es el ciberperiodismo?	Si		Un Poco		No		5
		4	80,0 %	1	20,0%	0	0,0%	
2	¿Cómo categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?	Bueno		Regular		Malo		5
		0	0,0%	4	80,0%	1	20,0 %	

3	El periodismo digital ha evolucionado en el Ecuador. ¿Cómo lo ha hecho en Puyo Gaceta?	A paso rápido		Moderadamente		Lento		5
		3	60,0 %	2	40,0%	0	0,0%	
4	¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo?	Si		No Lo Sé		No		5
		5	100,0 %	0	0,0%	0	0,0%	
5	¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional?	Si		Pocas Veces		No		5
		1	20,0 %	4	80,0%	0	0,0%	
6	¿Cuál es la principal característica de los medios digitales en el país?	Interactúa con el usuario		Información en tiempo real		Atractivo para el usuario		5
		1	20,0 %	2	40,0%	2	40,0 %	
7	¿La formación del personal de la empresa está enfocada al desarrollo del ciberperiodismo?	Si		Un Poco		No		5
		2	40,0 %	2	40,0%	1	20,0 %	
8	¿Considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?	Si		Algo		No		5
		5	100,0 %	0	0,0%	0	0,0%	

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

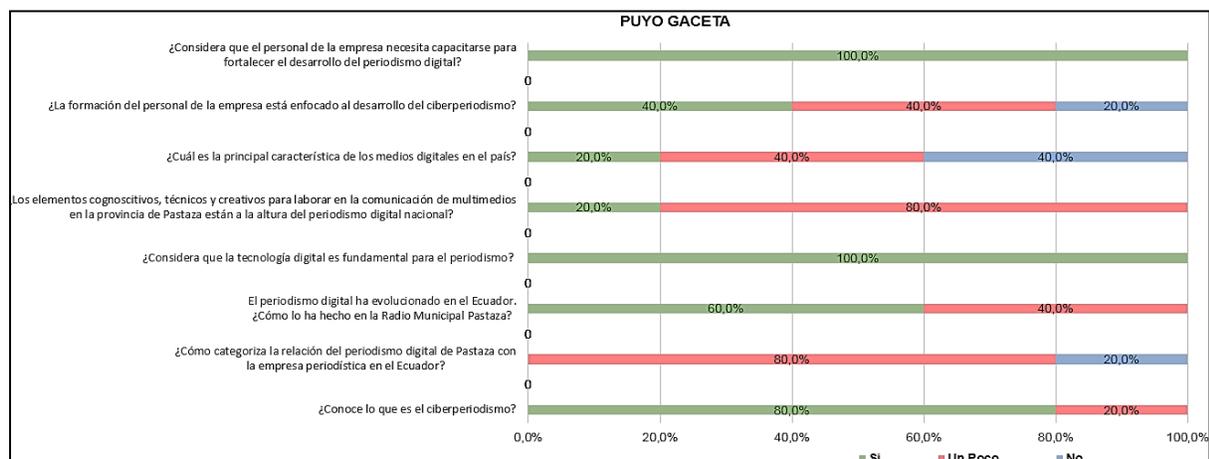


Gráfico 6 Resultados

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

En el diario digital *Puyo Gaceta*, el 80% si conoce lo que es el ciberperiodismo, y por ser un periódico digital local el 80% categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en Ecuador como regular, 60% de los empleados del diario manifiestan que la tecnología digital es fundamental para el periodismo. Además analizando los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedia en la provincia de Pastaza el 80% de los empleados consideran que muy pocas veces están a la altura del periodismo digital nacional, considerando por igual con un 40% que las principales características de los medios digitales en el países es la información en tiempo real y lo atractivo para el usuario, tanto en imágenes, interactividad, colores, entre otros. Con respecto a la formación del personal de la empresa, el 40% si está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo, por lo que todos los empleados consideran que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital. Se evidencia como una de las necesidades inmediatas la capacitación al personal, si se toma como premisa que las tecnologías están en constante desarrollo y que en el mundo de la comunicación, la competencia por posicionarse es bastante elevada, pues la mayoría de los medios de prensa incursionan en el periodismo digital.

3.3.2 Criterios de Observación de Puyo Gaceta

FUNCIÓN DEL MEDIO DE PRENSA

Función: Ofrecer servicios informativos de política, deportes, salud, educación, turismo, producción, información regional, construcción, comercio, cultura, policiales.

- En atención a lo que refiere este periódico digital en su función, podemos establecer que si la cumple pues en su página web se evidencia esta variedad de temas (Ver gráfico 19).

CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL EN PUYO GACETA

- **Hipertextualidad**

- En Puyo Gaceta se tomó la iniciativa de los principales diarios del país creando pestañas de farándula, opinión y religión.
- Se evidencia una utilización de enlaces muy pobre, solo contiene a Facebook y Twitter, sin tener en cuenta hipervínculos que pueden ser de interés para el usuario.

- **Multimedialidad**

- Utiliza la integración de videos, imágenes, sonido y texto y priorizan la actualidad informativa en tiempo real.
- Brinda el servicio informativo de manera digital, presenta como una de sus características el ingreso rápido al mercado nacional.

- **Interactividad –**

- En Puyo Gaceta se evidencia una baja retroalimentación por parte de las opiniones de los usuarios de la información, tienen establecidos los mecanismos para emitir comentarios pero les falta el uso de notificaciones, que permitan por ejemplo visualizar el número de visitas.
- También carece de encuestas online que pudieran propiciar información de los temas que el usuario quiere conocer.

3.4 Contexto de Sonovisión

Sonovisión es una estación de televisión de Puyo, perteneciente a la Corporación Radio Mía y Sonovisión. Su objetivo pasa por relatarle a la audiencia la mayor cantidad de noticias de interés local dentro del campo deportivo, económico, judicial, político, vial, laboral y cultural. Su principal preocupación está en lo sucedido dentro de su región, pero sin descuidar la actualidad nacional. En su página web se autodefine como un canal público de cubrimiento provincial que

tiene un carácter comercial. Su franja de noticias se denomina como independiente, debido a que no depende del gobierno para existir.



Ilustración 17: Sonovisión en Internet

Fuente: Pantalla de Internet del canal Sonovisión en Internet (2015)

El constante desarrollo interno y el apoyo especial de la comunidad ha sido la excusa perfecta para la incursión de la Corporación Radio Mía & Sonovisión en la red más importante de todas, la Internet. De esta manera, el nuevo diseño del sitio web permite una navegación más fluida y eficiente con una gráfica simple y atractiva.

La Misión de la corporación Radio Mía & Sonovisión es comunicar de manera imparcial y pluralista, informar y entretener a la comunidad mediante campañas publicitarias, programas informativos, deportivos y musicales. Promover el desarrollo del comercio, industria y sociedad de la región a través de espacios publicitarios.

La Visión de la corporación Radio Mía & Sonovisión es posesionarse como medio de comunicación líder en la región Amazónica mediante una programación continua e interactiva, incursionando en nuevas tecnologías que permitan una cobertura global y plural.



Ilustración 18: Sonovisión en Internet

Fuente: Pantalla de Internet del canal Sonovisión en Internet (2015)

Analizando la página de Facebook con la que cuenta el canal de televisión Sonovisión se ha podido observar que cuenta con más de 1595 seguidores en esta red social, se destaca que exponen mayor información a través de este medio que propiamente en el canal en línea, ya que la mayor parte de tiempo se encuentra actualizando la información de esta página, descuidando el canal en línea.

3.4.1 Análisis de Sonovisión

Luis Constante Navas, administrador de Sonovisión, tiene preferencia de medios de comunicación nacional a *Ecuavisa*, en vista que este medio fue siempre la fuente de inspiración para crear *Sonovisión*, teniendo ambiciones futuras para consolidar el medio de comunicación que dirige con bases sólidas y de calidad como lo demuestra el medio de comunicación descrito. Además, en lo que respecta a la prensa escrita local destaca el trabajo del diario *La Prensa*, *Puyo Gaceta* y *El Observador*.

Define el ciberperiodismo enfocándolo a Sonovisión que es la incursión de la Corporación Radio Mía & Sonovisión como una red que se destaca con el apoyo directo del internet. Además, relaciona el periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador en que la mayor parte de medios publicitarios de la provincia han pretendido incursionar con la información en internet. La relación principal está en que tanto a nivel provincial como nacional la mayoría de los medios de comunicación han creado páginas de internet que permiten al

usuario acceder a la información de los medios a través de internet. Sonovisión y Radio Mía son parte de la misma empresa, inicialmente nació como una radio AM y FM para posteriormente crear el canal de televisión local Sonovisión, la misma que ha permanecido siendo líder a nivel provincial durante más de 7 años, y en la actualidad tanto la Radio como el canal han abierto la información a través de internet.

Considera que **la tecnología digital es fundamental para el periodismo, en vista que**, en la actualidad internet se ha tornado en el medio informativo mundial, nacional y local; se convierte en una necesidad de los medios el hecho de actualizarse con el uso de la tecnología digital para la transmisión de la información y servicios de comunicación.

Destaca además que **los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional**, ya que se necesita personal capacitado, con estudios que permitan el desarrollo técnico, creativo y cognoscitivo para incursionar en el periodismo digital de manera práctica y con calidad informativa, aprovechando al máximo los recursos y beneficios que brinda la tecnología actual.

Considera además que **el principal potencial de los medios digitales en el país está determinado por** la situación económica de los grandes medios ya que al tener los recursos financieros han podido incursionar en el periodismo digital, debido a los contactos y personal en el exterior y la manera de enlazarse con ellos a nivel mundial, así como la cobertura de internet de las grandes ciudades donde se encuentran ubicados, en vista que el potencial se encuentra en el acceso a internet, además de tener una población de estudiantes universitarios que acceden a estos medios con ideas creativas.

Tabla 7. Encuesta aplicada a los Empleados de Sonovisión

SONOVISION								
N o	PREGUNTAS	OPCIONES DE RESPUESTA						TOT AL
		Si		Un Poco		No		
1	¿Conoce lo que es el ciberperiodismo?	6	30,0 %	9	45,0%	5	25,0 %	20

2	¿Cómo categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?	Bueno		Regular		Malo		20
		4	20,0 %	7	35,0%	9	45,0 %	
3	El periodismo digital ha evolucionado en el Ecuador. ¿Cómo lo ha hecho en Sonovisión?	A Paso Rápido		Moderadamente		Lento		20
		4	20,0 %	5	25,0%	11	55,0 %	
4	¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo?	Si		No Lo Sé		No		20
		11	55,0 %	6	30,0%	3	15,0 %	
5	¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional?	Si		Pocas Veces		No		20
		5	25,0 %	7	35,0%	8	40,0 %	
6	¿Cuál es la principal característica de los medios digitales en el país?	Interactúa con el usuario		Información en tiempo real		Atractivo para el usuario		20
		6	30,0 %	8	40,0%	6	30,0 %	
7	¿La formación del personal de la empresa está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?	Si		Un Poco		No		20
		4	20,0 %	6	30,0%	10	50,0 %	
8	¿Considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?	Si		Algo		No		20
		13	65,0 %	5	25,0%	2	10,0 %	

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

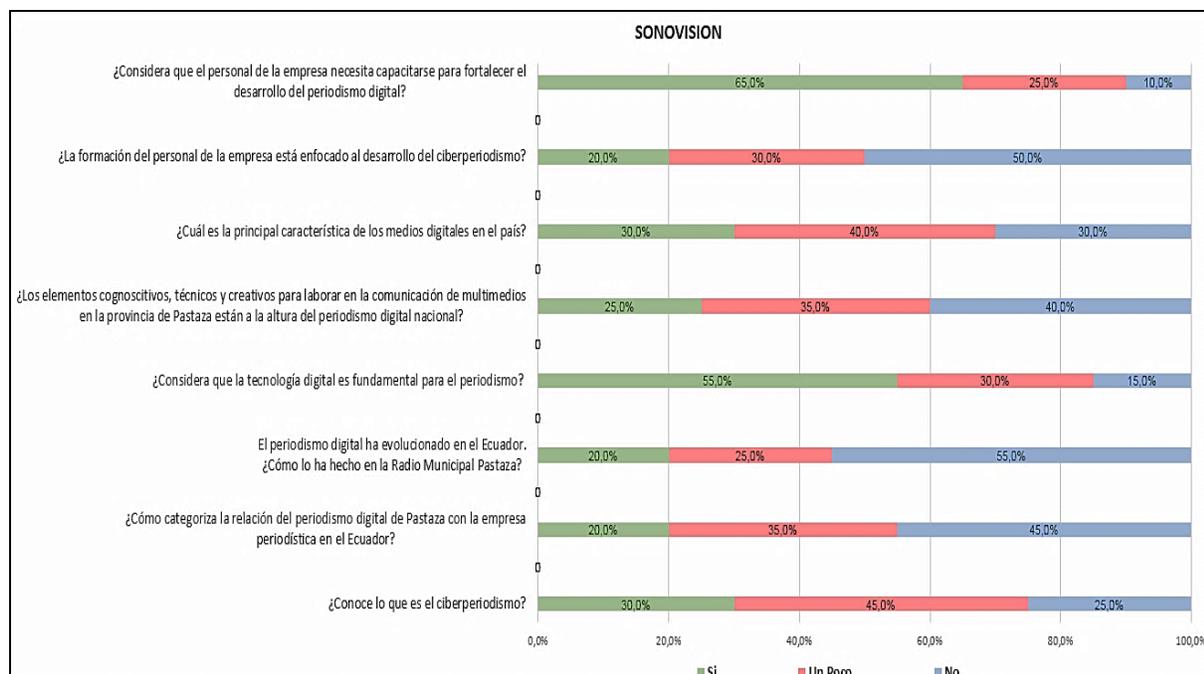


Gráfico 7 Resultados

Fuente: Análisis de Resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Con respecto a si los empleados de Sonovisión conocen lo que es el ciberperiodismo, el 45% manifiesta que solo un poco. El 45% de los indagados categorizan la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en Ecuador como mala. Mientras según el criterio del 55%, el periodismo digital dentro de su empresa ha evolucionado lentamente. Por otro lado, el 40% menciona que los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional, partiendo de que la información en tiempo real es la principal característica de los medios digitales en el país. A esto se suma que el 65% considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital.

Una vez concluido el diagnóstico situacional de Sonovisión se determina que es una empresa con historia, ya que nació y evolucionó desde una radio, por lo que sus empleados consideran que han avanzado progresivamente y sin prisa. Ellos categorizan la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en Ecuador como mala, pues conocen las limitaciones de la Amazonía con respecto a la tecnología que es la base para el desarrollo del ciberperiodismo. Se evidencia que no manejan muy bien el tema, por su reciente ingreso a este nuevo servicio en línea y como ofrecen servicios de televisión manifiestan que la principal

característica y ventaja del periodismo digital es la información en tiempo real al usuario. Se manifiesta entre ellos, la necesidad de capacitar a su personal sobre el tema en vista que la mayoría de sus empleados no tienen formación al respecto.

3.4.2 Criterios de Observación de Sonovisión

FUNCIÓN DEL MEDIO DE PRENSA

Función: "Relatarle a la audiencia la mayor cantidad de noticias de interés local dentro del campo deportivo, económico, judicial, político, vial, laboral y cultural."

- Con solo practicar una observación directa a la página web Sonovisión, resalta su apego a los contenidos locales, se ve clara la preponderancia de la información variada del territorio.

CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL SONOVISIÓN

- **Hipertextualidad**

- Se evidencia poca presencia de hipervínculos, tienen vínculo a Facebook y Twitter, pero no establecen enlaces que pueden ser de ayuda al lector a la hora de complementar una información.

- **Multimedialidad**

- Sonovisión integra el uso de imágenes, sonido, videos y texto para alcanzar la atención de usuario.

- **Interactividad**

- Aunque en Sonovisión se evidencia un chat online en la página web, para favorecer la interacción de usuario con el medio, carece de cuestionarios online o notificaciones de visita que puede favorecer la retroalimentación para el medio.

3.5 Relación existente entre los tres medios de Comunicación lamuni.puyo.gob.ec; www.puyogaceta.com; www.mia-sonovision.com con respecto al periodismo digital y con la empresa periodística ecuatoriana

Proporcionar un mejor cuerpo informativo a su audiencia, es una de las consignas que los tres medios de comunicación decidieron ampliar en su espíritu informativo, lo que se fundamenta en las herramientas que los empleados y gerentes de las mismas utilizan en su trabajo.

Aprovechar al máximo su producción noticiosa y de recreación auditiva, televisiva y de noticias es parte de la estrategia planteada por los tres medios de comunicación para generar una

mayor cantidad de información que les permita cumplir con el conjunto de secciones y espacios prometidos a los usuarios. Tener esa información trae muchas ventajas, pero sobretodo porque permite abarcar fuentes que no se logra con cualquier equipo de trabajo.

Es de esta manera que en base al diagnóstico realizado de los tres medios de comunicación se determina las siguientes relaciones, semejanzas y diferencias.

3.6 Cuadro de análisis de la relación entre los medios de comunicación estudiados de la provincia de Pastaza y los medios citados a nivel nacional.

Tabla 8. Análisis de la relación entre los medios de comunicación estudiados de la provincia de Pastaza y los medios citados a nivel nacional

Características	lamuni.puyo.gov.ec	www.puyogaceta.com	www.mia-sonovision.com	empresa periodística ecuatoriana
Grado de ciberperiodismo	Poco conocimiento sobre ciberperiodismo	Si conoce lo que es el ciberperiodismo	Escaso conocimiento sobre periodismo digital	Cuenta con profesionales capacitados y actualizados
Categorización del periodismo digital	Mala categorización del periodismo digital con respecto a la de nivel nacional	El periodismo digital Provincial con respecto a la de nivel nacional lo categoriza como regular	Mala categorización del periodismo digital con respecto a nivel nacional	Periodismo digital avanzado
Evolución del periodismo	Lenta evolución del periodismo digital	Rápida evolución del periodismo digital de la empresa	Lenta evolución del periodismo digital	Avanza a paso acelerado por las exigencias internacionales
Los elementos	Los elementos	Los elementos	Los elementos	Los elementos

cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación	cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional	cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza pocas veces están a la altura del periodismo digital nacional	cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza no están a la altura del periodismo digital nacional	cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación son de primer nivel y se encuentran en procesos de fortalecimiento continuo
Característica de los medios digitales en el país	La característica de los medios digitales en el país es la información generada en tiempo real	Información generada en tiempo real	Información generada en tiempo real	Interactúa con el usuario Información en tiempo real Atractivo para el usuario
Enfoque al desarrollo del ciberperiodismo	No existe un enfoque al desarrollo del ciberperiodismo	El personal de la empresa si está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo	El personal de la empresa no está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo	El periodismo digital nacional continuamente actualiza y contribuye al desarrollo y fortalecimiento del ciberperiodismo
Capacitación	Existe la necesidad de que el personal se capacite para fortalecer el desarrollo	El personal necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo	Existe la necesidad de que el personal se capacite	El personal de los medios de comunicación posee estudios y especializaciones en periodismo

	del periodismo digital.	digital ya que se encuentra en constante evolución y cambio.		digital.
Uso de redes sociales	Utiliza redes sociales como Twitter y Facebook	No utiliza redes sociales	Utiliza solo la página de Facebook	Utilizan todas las redes sociales para fortalecer su información.
Servicios que ofrece	Ofrece contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento	Ofrece servicios informativos de política, deportes, salud, educación, turismo, producción, información regional, construcción, comercio, cultura, policiales	Ofrece servicios informativos de la ciudad, provincia, región, deportes y farándula. Con transmisiones en vivo	Ofrece todos los servicios señalados por los medios estudiados y más, ya que están enlazados a canales internacionales, así como radios y periódicos, tanto del país como del mundo.
Creatividad	La publicaciones a través de internet son planas y sin creatividad	No se constata creatividad ya que parece un diario impreso publicado en el internet	Posee falencias de acceso y actualizaciones, la mayor parte del tiempo el servicio no está disponible.	Las publicaciones son multimedia, interactivas, dinámicas, así como también están enlazadas con noticias de diarios, radios y canales a nivel mundial.
Sistema Really Simple	No contiene envío de RSS	No contiene envío de RSS	No contiene envío de RSS	Si contiene envío de RSS (sistema

Syndication	(sistema Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML que sirve para leer y observar la información en tiempo real	(sistema Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML que sirve para leer y observar la información en tiempo real	(sistema Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML que sirve para leer y observar la información en tiempo real	Really Simple Syndication, que es una presentación basada en lenguaje XML que sirve para leer y observar la información en tiempo real
-------------	---	---	---	--

Fuente: Análisis de resultados (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

El avance de la tecnología ha generado cambios significativos en el periodismo, por lo que existen inconvenientes con respecto a la utilización y manejo de nuevos programas y herramientas necesarios para el desarrollo del periodismo digital en la actualidad. De esta manera se identifica la poca capacitación y formación de los que laboran en los distintos medios de comunicación en la provincia de Pastaza. Lo anterior, genera un lento avance del periodismo con relación a Ecuador y el mundo, ya que a pesar del acceso a los grandes bancos de datos y enormes cantidades de información la falta de profesionales capacitados y formados en el tema, no permite evolucionar en esta nueva forma de periodismo limitando las metas organizativas del medio de comunicación y el periodista digital.

El arribo de internet cambió la forma de ejercer el periodismo, pues la comunicación se tornó más rápida, positiva e interactiva para el mejoramiento del trabajo informativo, alteró su ejercicio en sus tres puntos: enseñanza, ejecución y resultado.

Con lo expuesto e investigado no se trata de implementar nuevas destrezas para el periodista actual, sino de las mismas de siempre pero bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información y las necesidades de actualización inmediata a nivel nacional e internacional, la modificación está en que aquellos que ahora se dedican a él, deben saber que se enfrentan al surgimiento de un nuevo medio, con una plataforma que permite la

convergencia de los instrumentos periodísticos para informar, por lo que existe la necesidad de actualización, capacitación y formación.

Todo tiene una razón de ser, fundamentada en que la información publicada en los medios de comunicación nacionales y que se encuentran digitalizados, manejan en conjunto los recursos brindados individualmente por las plataformas tradicionales: imágenes, texto, video, etc., lo cual requiere nuevas habilidades del periodista, dotación de diferentes recursos por parte de los medios y enseñanza de novedosas prácticas por parte de las escuelas de periodismo.

Darse cuenta de esta nueva forma de hacer periodismo causó un vuelco en los programas de enseñanza a nivel nacional, pues en comparación a años anteriores, con el arribo de la radio y la televisión, la profundización en su estudio está sufriendo una modificación causada por la llegada de un nuevo medio, algo que a su vez ocasiona una transformación en el criterio de formación y capacitación del periodista tradicional, con el cual hasta la actualidad cuenta la provincia de Pastaza. Es así como la mayoría de medios de comunicación ya contemplan en sus programas de capacitación al personal algunos cursos relacionados con la tecnología impuesta por el periodismo digital.

Al analizar los medios digitales de Pastaza, pretender de ellos una cobertura informativa global es una demanda demasiado ambiciosa, así que esa imposibilidad impuesta por ellos mismos al momento de ofrecerse a dar información a la cual su panel periodístico no tiene acceso, le dio vida a aquellas plataformas informativas que sí están en capacidad de contar en tiempo real y desde el sitio del acontecimiento lo que está sucediendo.

Eso implica que la información ofrecida por lamuni.puyo.gob.ec; www.puyogaceta.com; www.mia-sonovision.com no sea exclusiva y tampoco especializada para ser publicada únicamente en medios digitales, sino que está influenciada por la actividad de las agencias de prensa macro. Tal punto se agrava si además se tiene en cuenta que recurren también a la cooperación de otros medios de comunicación no necesariamente de internet para publicar ciertas informaciones. Es así que hay que contemplar que la gama de focos informativos con los que cuenta el país así lo permite, pero al mismo tiempo afecta los objetivos del periodismo digital al darle espacio en la web a informaciones que fueron pensadas para audiencias pertenecientes a otros nichos (TV, radio y prensa escrita).

Aprovechar al máximo la producción de los medios de comunicación escrita, radial y televisiva, hace parte de la estrategia planteada a nivel nacional para generar una mayor cantidad de artículos que le permitan cumplir con el conjunto de secciones y espacios prometidos a los usuarios a través de la web, pero al mismo tiempo choca con los ideales del periodismo digital al dejar para éste un mínimo porcentaje de producción.

Los medios de comunicación estudiados como lamuni.puyo.gob.ec; www.puyogaceta.com; www.mia-sonovision.com dan la sensación de funcionar únicamente como espacios en la red que sirven para acumular informaciones ya presentadas en otros campos como las redes sociales, la televisión, la radio y las agencias de prensa. Eso, además de la gravedad que representa, significa también la pérdida en el objetivo del periodismo digital ya rescatado por las escuelas de periodismo, pero no reflejado en su ejercicio profesional por parte de este par de medios, al no contar dentro de sus contenidos principales con la inclusión de herramientas (podcasts o videocasts) que refuercen y argumenten los textos gráficos publicados en formato digital, porque evidentemente el texto ya no es suficiente para ello.

Es así que la empresa periodística de Pastaza se enmarca en un modelo caduco de la comunicación, ya que se ha convertido en un mediador cultural y noticioso, que solo se interesa por generar ingresos económicos para los dueños de los medios, sin las nuevas exigencias corporativas, profesionales y sociales que garantizan un trabajo de calidad.

En la mayoría de los medios de comunicación de la provincia de Pastaza no se considera a los cibergéneros como parte primordial ya que al analizar lo establecido por los autores se determina la poca aplicabilidad de medios digitales. Por ejemplo, no existen prácticamente entrevistas de personalidad cuya intención es que el entrevistado se muestre tal como es o que a través de sus declaraciones proporcione un retrato de su personalidad o imagen. Tampoco se identifican entrevistas grupales o colectivas donde se muestre la participación de dos o más entrevistados de una manera estructurada con la característica de ausencia de una estandarización formal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al conocer de manera histórica e informativa el desarrollo y evolución del periodismo digital en Ecuador, se determina la necesidad apremiante de capacitación y formación continúa en los reporteros ecuatorianos, mediante la actualización de los programas de educación en las competencias que necesita el mundo actual. En tal sentido, la propuesta formativa universitaria debe evolucionar en Ecuador y brindarle al estudiante las herramientas intelectuales, técnicas y metodológicas necesarias para afrontar el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el contexto del desarrollo informativo.

Al determinar la estructura de la empresa periodística digital en Ecuador, se concluye que el periodismo en el país está mediado por la competencia de los medios públicos y los privados, quienes compiten por ganar una misma audiencia, que no conocen y por lo tanto, no pueden ofrecerle una propuesta diferente y creativa, que les permita a los medios independientemente de su origen cumplir con su función tradicional y fundamental: informar, educar y entretener.

Al fundamentar el desarrollo periodístico digital en Ecuador, tomando como casos de estudio a Radio Municipal Pastaza, Puyo Gaceta y Sonovisión, se concluye que el periodismo digital a nivel nacional evoluciona lentamente y sin uniformidad, con mayor prevalencia en las urbes más desarrolladas tecnológicamente (Quito y Guayaquil), mientras que en las provincias del interior de país como Pastaza, existe poca presencia de medios nativos digitales (un periódico nativo digital: Puyo Gaceta y una radio nativa digital: Radio Súper Tropicana), aunque debe destacarse la inserción paulatina en Internet de tres radios locales: (Radio Municipal Pastaza, Radio Puyo y Radio Mía (Sonovisión). Otro aspecto evidenciado son los problemas de comunicación bidireccional (poca retroalimentación), lo cual puede ser una de las razones por las que estos medios no logran un alto posicionamiento en la Web.

Recomendaciones

Establecer alianzas nacionales e internacionales para fortalecer el periodismo digital en la provincia de Pastaza, en base a acuerdos con universidades, gobierno y medios de comunicación a nivel nacional.

Elaborar planes de capacitación para contar con personal capacitado en ciberperiodismo, y de esta manera buscar mejores resultados en los niveles de audiencia y creatividad.

Plantear nuevos esquemas de educación para preparar adecuadamente a las nuevas generaciones de cara a los retos modernos que exigen los medios de comunicación.

Ahora que el Estado se encuentra en una época de revolución tecnológica, es importante garantizar el acceso a Internet por parte de toda la población, en especial contar con acceso a Internet en los lugares más recónditos de la Amazonía, para de esta manera aprovechar el desarrollo de las nuevas oportunidades y habilidades periodísticas.

Impulsar campañas de estándares de calidad periodística a los medios que están inmersos en el periodismo digital, para evitar su muerte en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos, que han afectado al periodismo como profesión y a los medios de comunicación, en especial a la prensa escrita.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, G. (2010). *Programa de Estudios de la Comunicación Cultura Periodística, Censura y Autocensura*. Quito: Facultad Latinoamericana De Ciencias Sociales (Flacso).
- ARCOTEL. (2015). *Internet. Boletín Estadístico del sector de las Comunicaciones, #6*. Quito.
- ARCOTEL. (febrero de 2016). *Usuarios de Internet fijo y móvil por cada 100 habitantes*. Quito.
- Astudillo, F., & Buitrón, R. D. (2005). *Periodismo por dentro*. Quito: Quipus, CIESPAL.
- Barsotti, A. (2014). *El lenguaje periodístico para ser adaptado a las ediciones para dispositivos móviles de algunos diarios de Brasil*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.
- Buendía, L., Colás, P., & Hernández, F. (2014). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía. Sexta edición*. Madrid: McGraw-Hill.
- Calderón, L. (7 de marzo de 2016). *Clases de Periodismo.COM*. Obtenido de www.clasesdeperiodismo.com/2014/04/07/periodismo-digital-6-tendencias-a-tener-en-cuenta/
- Camús, J. (2012). *El Rol del periodista en Internet*. Obtenido de www.usando.info/docs/ensayo/pedal.pdf
- CIESPAL. (2012). *Mapa de Medios Digitales del Ecuador*. Quito.
- Díaz Noci, J., & Meso, K. (2012). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital. 4ta Edición*. Bilbao,: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Falla, E. (2009). *Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores*. Guatemala.
- Faulkner, D. M. (2001). *Mapa de competencias de la comunicación para el desarrollo y el cambio social*. Quito Ecuador: Proyecto Cambio.
- Fogel, J., & Patiño, B. (2007). *La prensa sin Gutenberg. El periodismo*. Madrid: Punto de lectura.
- García, R. (12 de Febrero de 2015). *Exprobarable* <https://explorable.com/es/observacion-cientifica>.

- Giraldo, C. (26 de septiembre de 2009). *Periodismo Digital*. Obtenido de <http://peridigitic.blogspot.com/>
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17. , 367- 385.
- Heras, T. (8 de noviembre de 2013). *Periodismo Digital*. Obtenido de <http://tessita00s.blogspot.com/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press.
- Lara, T. (julio-septiembre de 2009). Los medios de comunicación como redes sociales. En *Telos*, nº 76. Obtenido de La nueva esfera pública: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/cuaderno>
- Lynch, L. (2014). *Las tabletas han significado una revolución para los medios "La Presse" y el "Montreal Gazette"*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.
- Martínez, C., & Piedad, C. (2011). *El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica*. Universidad del Norte. Obtenido de <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:e319FmqT4scJ:ciruelo.uninorte.edu.co/pdf>
- Mellado, C. (2006). *Balance 2006. Perspectivas profesionales y del mercado periodístico de la Octava Región. Concepción*. Santiago de Chile: Universidad de Concepción, Publicaciones Dirección de Docencia.
- Ministerio de Educación de España. (2015). *Media Prensa*. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque2/pag10.html>
- Molyneux, L., & Holton, A. (2014). *El periodista como profesional independiente*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.
- Nieto, A., & Iglesias, F. (2014). *Empresa informativa. 8va Edición*. Madrid: Ariel .
- Ojeda, E. L. (27 de Junio de 2011). *El aporte de la política no. 5 –Mejoramiento de la infraestructura física y equipamiento de las instituciones educativas- en la gestión del plan decenal de educación para el fortalecimiento pedagógico de los establecimientos fiscales del Ecuador*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.

- Paniagua, S. P. (2009). *Información e interpretación en periodismo. Hacia una nueva teoría de los géneros*. Barcelona: Editorial UOC.
- Población, J., & García Alonso, P. (2013). *Organización y Gestión Empresarial de la Empresa Informativa. Sexta edición*. Madrid: Dossat.
- Powers, M. (2014). *El papel de las ONG, en el contenido periodístico de alta calidad*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.
- Punín Larrea, M., & Martínez Haro, K. (2013). La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas? *Estudios sobre el mensaje*. Vol. 19, Núm. 1. *Servicio de Publicaciones de la Universidad*, 505- 517.
- Punín, M., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar*, (42) DOI: 10.3916/, 199-204.
- Queneche, C. (10 de diciembre de 2013). *Primera Infancia - UGEL Paita*. Obtenido de <http://primerainfanciaugelpaita.blogspot.com/2013/12/los-cibergeneros-periodisticos.html>
- Rivera, D. (2011). *Los cybermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación. (Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela)*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10347/3712>
- Rivera, J. (2010). *Web 2.0 y medios de comunicación*. Obtenido de <http://www.ciespal.net/digital/index.php/estudios/926-web-20-y-medios-de-comunicacion-en-ecuador.html>
- Rosen, J. (2014). *Los periodistas deben ir de la mano de la audiencia*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.
- Salaverría, R. (2001). Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Número 7. , 393.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción Periodística en Internet*, EUNSA. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- Salaverría, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol 90 Media.

Shepherd, M., Watters, C., & Kennedy, A. (2004). Cybergrenre: Automatic Identification of Home Pages on the Web. . *Journal of Web Engineering*, Vol. 3 N°3 & N°4, , 236-251.

Verón, E. (julio de 2001). 'Entrevista a Eliseo Verón'. (L. Demirjian, Entrevistador)

Verón, E. (2005). *Fragmentos de un tejido*. . Barcelona: Gedisa.

Wasserman, E. (2014). *El periodismo digital ha impuesto nuevos dilemas con respecto a lo que se debe o no publicar*. XV Simposio Internacional para el Periodismo en Línea.

ANEXOS

Anexo N. 1 Modelo de entrevista estructurada para gerentes de los medios de comunicación

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista estructurada para el gerente de los medios

Objetivo: Diagnosticar en qué condiciones se encuentra el periodismo digital en Ecuador y su relación con la empresa periodística de la Radio Municipal Pastaza.

Instructivo: Por favor lea cuidadosamente todas las preguntas de este cuestionario. Conteste todas las preguntas con sinceridad.

1. ¿Defina que es el ciberperiodismo?
2. ¿Cómo relaciona el periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?
3. El periodismo digital ha evolucionado. ¿Cómo lo ha hecho en la Radio Municipal?
4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo? ¿Por qué?
5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional?
6. ¿Cuál es el principal potencial de los medios digitales en el país?
7. ¿La formación del personal de la empresa está enfocado al desarrollo del

ciberperiodismo?

8. ¿Considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?

GRACIAS

///

Anexo N. 2 Modelo de entrevista estructurada para expertos de los medios de comunicación nacional



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista estructurada para expertos de los medios de comunicación nacional

Objetivo: Diagnosticar en qué condiciones se encuentra el periodismo digital en Ecuador y su relación con la empresa periodística de Pastaza.

Instructivo: Por favor lea cuidadosamente todas las preguntas de este cuestionario. Conteste todas las preguntas con sinceridad.

1. ¿Defina que es el ciberperiodismo?
2. ¿Cómo relaciona el periodismo en el Ecuador con el que se desarrolla en la Región Amazónica?
3. El periodismo digital ha evolucionado. ¿Cómo lo ha hecho a nivel nacional?
4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo? ¿Por qué?
5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios, en qué nivel los categoriza con respecto al periodismo digital nacional?
6. ¿Cuál es el principal potencial de los medios digitales en el país?
7. ¿La formación del personal que labora en el ámbito del periodismo, está enfocado al

desarrollo del ciberperiodismo?

8. ¿Considera que el personal necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital a nivel nacional?

GRACIAS

Anexo 3. Modelo de encuesta estructurada

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Encuesta para los empleados de los medios

Objetivo:

Diagnosticar en qué condiciones se encuentra el periodismo digital en Ecuador y su relación con la empresa periodística de los medios.

Instructivo

Por favor lea cuidadosamente todas las preguntas de este cuestionario.

Conteste todas las preguntas con sinceridad.

Elija una sola opción de respuesta y marque con una X

1. ¿Conoce lo que es el ciberperiodismo?	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. Un poco	<input type="checkbox"/>
c. No	<input type="checkbox"/>
2. ¿Cómo categoriza la relación del periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?	
a. Muy bueno	<input type="checkbox"/>
b. Bueno	<input type="checkbox"/>
c. Malo	<input type="checkbox"/>
3. El periodismo digital ha evolucionado en el Ecuador. ¿Cómo lo ha hecho en la Radio Municipal?	
a. Alto	<input type="checkbox"/>
b. Medio	<input type="checkbox"/>
c. Bajo	<input type="checkbox"/>
4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo?	

a. -Si	<input type="checkbox"/>
b. No lo sé	<input type="checkbox"/>
c. No	<input type="checkbox"/>
5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedia en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional?	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. A veces	<input type="checkbox"/>
c. No	<input type="checkbox"/>
6. ¿Cuál es la principal característica de los medios digitales en el país?	
a. Interactúa con el usuario	<input type="checkbox"/>
b. Información en tiempo real	<input type="checkbox"/>
c. Atractivo para el usuario	<input type="checkbox"/>
7. ¿La formación del personal de la empresa está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. Un poco	<input type="checkbox"/>
c. No	<input type="checkbox"/>
8. ¿Considera que el personal de la empresa necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. Algo	<input type="checkbox"/>
c. No	<input type="checkbox"/>

GRACIAS

Anexo 4. Entrevistas estructuradas y aplicadas a los administradores de los medios en estudio

**Entrevista de personalidad realizada al administrador de la Radio Municipal Pastaza:
Andrés Ortega**

¿Cuáles son sus estudios?

En la Universidad Central del Ecuador, título obtenido PERIODISTA; y Sacerdote Episcopal.

¿Cuáles han sido sus trabajos antes de asumir el cargo de Director de la Radio Municipal?

Ha dirigido una Iglesia en la ciudad de Puyo, trabajó en la Radio Pastaza Municipal, como periodista.

¿Cuáles son sus preferencias en la vida?

Compartir con su esposa y sus dos hijos Andrés y Wendy, además de dedicar parte de su tiempo a amar a Dios sobre todas las cosas, así como también escuchar música de Sandro, Julio Iglesias, Thalía, Maná, Gerardo Mejía, y Marco Antonio Solís entre otros,

¿Cuáles son los medios de comunicación a nivel nacional que destaca por su trabajo y actualización?

Teleamazonas, ya que considera que su trabajo es más profundo y de actualidad, así como también considera que es un canal completo con profesionales que dedican su tiempo y esfuerzo para obtener los mejores resultados en comunicación.

¿Cuáles son sus preferencias de comunicación escrita a nivel provincial?

El diario Los Andes y el Nuevo Herald

¿Pertenece a algún gremio o asociación de periodistas?

Si, a la Asociación de Comunicadores de Pastaza.

Entrevista realizada al administrador de la Radio Municipal Pastaza

1. ¿Defina que es el ciberperiodismo?
El ciberperiodismo es el periodismo que hace uso de los beneficios del internet para las publicaciones de la noticia desde cualquier parte del país y el mundo.
2. ¿Cómo relaciona el periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?
A nivel nacional existen grandes empresas dedicadas al periodismo que en la actualidad están totalmente digitalizados, con equipos de punta que les permite acceder a la información a nivel no solo nacional sino mundial, de la misma manera cuentan con profesionales especializados en la materia con conocimientos actualizados que se direccionan hacia el periodismo digital. Analizándolo de esta manera considero que Pastaza aún no cuenta con los recursos ni el personal capacitado para decir que ya está digitalizado, por lo que además de equipos e inversión se necesita personal que sepa manejar este tipo de periodismo para brindar servicios de calidad en lo que compete al periodismo local.
3. El periodismo digital ha evolucionado. ¿Cómo lo ha hecho en la Radio Municipal?
Para empezar se debe aclarar que la Radio Municipal ha ido avanzando a paso lento en vista que desde que se inició todavía se trabaja con los métodos antiguos de radiodifusión, recalcando que en la actualidad se ha impulsado la creación de una página web de la radio que aún debe ser pulida para que se pueda decir que se maneja periodismo digital en la radio.
4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo? ¿Por qué?
Si, ya que en la actualidad es necesario que los usuarios de los medios de comunicación radial interactúen y puedan observar lo que la radio le trasmite, ya que ese es el objetivo de la página web de la radio, subir videos, fotografías entre otros datos informativos para que los radioescuchas puedan tener mayor información.
5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional? ¿Por qué?

No, ya que no existe suficientes profesionales actualizados sobre el tema y la mayor parte de los que se encuentran en los medios de comunicación de la provincia de Pastaza no están acostumbrados al uso de elementos multimedia, sin embargo en la actualidad en la Radio Municipal si se está capacitando al personal y contratando gente joven y profesional en el tema, recalcando que todavía falta trabajo en la provincia para lograr los índices nacionales y más aún internacionales.

6. ¿Cuál considera usted que es el principal potencial de los medios digitales en el país?

Definitivamente el acceso inmediato a la información a nivel mundial, así como la publicación de noticieros en páginas web para que el público pueda observar o escuchar las noticias que por cualquier motivo no pudieron acceder en el momento oportuno.

7. ¿La formación del personal de la Radio está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?

Si, ya que en la actualidad se ha optado por contratar personal joven y formado en el tema del periodismo digital, con nuevas y creativas ideas para la radio.

8. ¿Considera que el personal de la Radio necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?

Si, ya que siempre las personas deben estar en constante capacitación y más aún en un tema en el cual se encuentra incurriendo la Radio en la actualidad.

Fuente: Trabajo de campo (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Entrevista de personalidad realizada al administrador de Puyo Gaceta: Hernán Heras Luna

¿Cuáles son sus estudios?

Estudió la primaria y parte de la secundaria en el Cantón Palora y se graduó de Bachiller en el colegio Don Bosco de Macas. Estudios superiores: Filosofía Universidad Católica de Quito, Lengua y Literatura Española Universidad Técnica de Loja y Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana.

¿Cuáles han sido sus trabajos antes de asumir el cargo de Director de Puyo Gaceta?

Fundador del Periódico Digital Puyogaceta.com y El Observador.

Ha sido Director de la Sección Académica de Artes Literarias de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Pastaza. Ha trabajado en varios medios de comunicación de Radio, Prensa, Tv y digitales y comunicador en varias instituciones.

¿Cuáles son sus preferencias en la vida?

Trabajar arduamente en el tema de comunicación, ya que su pasión, por lo que actualmente coordina la Unidad de Comunicación de la Dirección Provincial del Consejo de la Judicatura de Pastaza. Cursa estudios MUNDO X.0, experto en medios digitales en PLANETA FATLA, promotor y editor del blog del Colegio de Periodistas de Pastaza.

¿Cuáles son los medios de comunicación a nivel nacional que destaca por su trabajo y actualización?

Ecuavisa y Tele amazonas, ya que han trabajado por impulsar noticias con nivel internacional promoviendo la calidad periodística a nivel nacional.

¿Cuáles son sus preferencias de comunicación escrita a nivel provincial?

El diario Puyo Gaceta y El Observador

¿Pertenece a algún gremio o asociación de periodistas?

Si, a la Asociación de Comunicadores de Pastaza. Además ha sido presidente del Colegio de Periodistas de Pastaza, Tesorero Nacional de la FENAPE y actual vocal de esta organización. Ha sido Director de la Sección Académica de Artes Literarias de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Pastaza. Recibió la Condecoración al Mérito Cultural y Mención al Emprendimiento de la Red Infodesarrollo - UNESCO.

Entrevista realizada al administrador de Puyo Gaceta

1. ¿Defina que es el ciberperiodismo?
El ciberperiodismo no es más que las publicaciones de las noticias a través del internet, economizando papel y optimizando el tiempo de enlace entre la noticia y los usuarios.
2. ¿Cómo relaciona el periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?
El periodismo digital en Pastaza no se compara todavía con el de nivel nacional, en vista que aún no se cuenta con los equipos, medios y recursos necesarios para que todos los colegas periodísticos de la provincia alcancen el nivel d las grandes compañías nacionales, sin embargo Puyo Gaceta es un periódico digital que se encuentra en auge a nivel provincial, desarrollando noticias locales, nacionales e internacionales. La relación mínima que se puede encontrar entre la provincia y a nivel nacional es la necesidad de profesionales especializados en lo que es el periodismo digital, ya que la mayor parte de los que trabajan en radio, televisión y prensa escrita no cuentan con la formación necesaria para incursionar en este ámbito.
3. El periodismo digital ha evolucionado. ¿Cómo lo ha hecho Puyo Gaceta?
Puyo gaceta nació como un periódico digital, el mismo que brinda el servicio de información a todos los usuarios, siendo un periódico prácticamente nuevo con este tipo de servicio a nivel provincial, sin embargo hablar de evolución todavía no es práctico, en vista que necesita establecerse en el mercado publicitario.

<p>4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo? ¿Por qué?</p>
<p>Si, ya que en el caso de Puyo Gaceta es la base para su funcionamiento, siendo la tecnología indispensable en la actualidad, ya que a través de ella nos mantenemos informados en todo el mundo.</p>
<p>5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional? ¿Por qué?</p>
<p>No, ya que en primer lugar se necesita personal especializado en la materia, creativos y técnicos, así como las facilidades tecnológicas para que la gran mayoría de la población tenga acceso a la información digital.</p>
<p>6. ¿Cuál considera usted que es el principal potencial de los medios digitales en el país?</p>
<p>En primera instancia se destaca el acceso oportuno e inmediato a los sucesos dados a nivel mundial y nacional, además de destacar la facilidad para subir imágenes, videos y fotografías que brindar al usuario información directa de los acontecimientos.</p>
<p>7. ¿La formación del personal de Puyo Gaceta está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?</p>
<p>No, ya que la mayor parte no tenemos formación en el tema, sin embargo emprendimos el proyecto de un periódico digital, que hasta la actualidad lo hemos mantenido activo, pero necesita ser más conocido para tener acceso a la publicidad en línea.</p>
<p>8. ¿Considera que el personal de Puyo Gaceta necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?</p>
<p>Si, ya que nuestro periódico digital necesita ser más creativo, por lo que sus socios y empleados necesitan saber los beneficios, potencialidad, evolución y facilidades del periodismo digital.</p>

Fuente: Trabajo de campo (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Entrevista de personalidad realizada al administrador de Sonovisión: Luis Constante Navas

¿Cuáles son sus estudios?

Posee un título técnico superior en Comunicación Para El Desarrollo Comunitario, además es Licenciado en Comunicación Social con Especialidad en Desarrollo de la Universidad Politécnica Salesiana

¿Cuáles han sido sus trabajos antes de asumir el cargo de Director de Puyo Gaceta?

Fue presidente de la Cruz Roja en Pastaza, además de destacar su ardua labor como Fundador de Radio Mía y Sonovisión.

¿Cuáles son sus preferencias en la vida?

Compartir tiempo en familia, así como dedicarme al trabajo arduo para seguir fortaleciendo el medio de comunicación que se ha convertido en un icono a nivel de la provincia de Pastaza, en vista que tiene una gran responsabilidad, por la trayectoria que posee este medio de comunicación radial y televisiva, ya que es la persona que se encuentra al frente de este medio de comunicación histórico, el mismo que se está en un procesos de adaptación a los cambios de la nueva era de la información y comunicación en línea.

¿Cuáles son los medios de comunicación a nivel nacional que destaca por su trabajo y actualización?

Ecuavisa, en vista que este medio fue siempre la fuente de inspiración para crear Sonovisión, teniendo ambiciones futuras para consolidar el medio de comunicación que dirige con bases sólidas y de calidad como lo demuestra el medio de comunicación descrito.

¿Cuáles son sus preferencias de comunicación escrita a nivel provincial?

El diario La Prensa, Puyo Gaceta y El Observador

¿Pertenece a algún gremio o asociación de periodistas?

No.

Entrevista realizada al administrador de Sonovisión

1. ¿Defina que es el ciberperiodismo?
El ciberperiodismo en lo que corresponde a Sonovisión es la incursión de la Corporación Radio Mía & Sonovisión en la red más importante de todas, la Internet.
2. ¿Cómo relaciona el periodismo digital de Pastaza con la empresa periodística en el Ecuador?
En Pastaza, la mayor parte de medios publicitarios han pretendido incursionar con la información en el internet la relación principal está en que tanto a nivel provincial como nacional la mayoría de los medios de comunicación han creado páginas de internet que permiten al usuario acceder a la información de los medios a través de internet.
3. El periodismo digital ha evolucionado. ¿Cómo lo ha hecho Sonovisión?
Sonovisión y Radio Mía son parte de la misma empresa, inicialmente nació como una radio AM y FM para posteriormente crear el canal de televisión local Sonovisión, la misma que ha permanecido siendo líder a nivel provincial durante más de 7 años, y en la actualidad tanto la Radio como el canal han abierto la información a través del internet.
4. ¿Considera que la tecnología digital es fundamental para el periodismo? ¿Por qué?
Si, sobre todo en la actualidad, ya que el internet se ha convertido en el medio informativo mundial, nacional y local, convirtiéndose en una necesidad de los medios el hecho de actualizarse con el uso de la tecnología digital para la transmisión de la información y servicios de comunicación.
5. ¿Los elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios en la provincia de Pastaza están a la altura del periodismo digital nacional? ¿Por qué?
No, ya que se necesita personal capacitado, con estudios que permitan el desarrollo técnico, creativo cognoscitivo para incursionar en el periodismo digital de manera práctica y con calidad informativa, aprovechando al máximo los recursos y beneficios que brinda la tecnología actual.
6. ¿Cuál considera usted que es el principal potencial de los medios digitales en

<p>el país?</p>
<p>En primer lugar se determina la situación económica de los grandes medios ya que al tener los recursos financieros han podido incursionar en el periodismo digital, debido a los contactos y personal en el exterior y la manera de enlazarse con ellos a nivel mundial, así como la cobertura de internet de las grandes ciudades donde se encuentran ubicados en vista que el potencial se encuentra en el acceso al internet además de tener una población de estudiantes universitarios que acceden a estos medios con ideas creativas de incursión en el periodismo digital.</p>
<p>7. ¿La formación del personal de Sonovisión está enfocado al desarrollo del ciberperiodismo?</p>
<p>En la actualidad se puede decir que si, ya que en su gran mayoría se ha podido contratar a profesionales de comunicación social, ya que por la trascendencia que tiene el canal se ha podido realizar contactos con universidades del país, y por ende con estudiantes, egresados y profesionales el comunicación social que han ayudado a incursionar creativamente en el área de periodismo digital.</p>
<p>8. ¿Considera que el personal de Sonovisión necesita capacitarse para fortalecer el desarrollo del periodismo digital?</p>
<p>Si, ya que a pesar de que se cuenta con personal profesional en la rama de comunicación social, siempre la tecnología y la creatividad para desarrollar el periodismo digital se convierte en una necesidad, en vista que la tecnología se va revolucionando a nivel mundial, por lo que es de suma importancia que el personal este en continua capacitación.</p>

Fuente: Trabajo de campo (2015)

Elaborado por: Ledesma, Elizabeth

Anexo N. 5 Modelo de Guía de Observación



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo: a través de la observación directa se pretende corroborar la información obtenida a través de las entrevistas y las encuestas.

Guía de Observación.

ASPECTOS	Observación realizada
Función del medio	¿El medio cumple la función para la que surgió? _____ _____ _____
Hipertextualidad	¿Logra el medio interconectar varios medios en él? ¿Existen hipervínculos o enlaces? _____ _____ _____
Multimedialidad	¿El medio de prensa combinar en un sólo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido? _____ _____ _____
Interactividad	¿Existe retroalimentación e interacción de los usuarios con el medio de prensa? _____ _____ _____