



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Técnica Particular de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL TRABAJO EN LA
RED CON HERRAMIENTAS WEB 2.0**

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA:

HIDALGO DIAZ YADIRA GEOVANNA

DIRECTORA:

LIC. VALAREZO KARINA

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2009

CERTIFICACIÓN

Lic. Karina Valarezo

DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Sra. Yadira Geovanna Hidalgo Díaz, sobre el tema: "Medios de Comunicación y el trabajo en la red con herramientas Web 2.0, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación

Loja, 16 noviembre de 2009

f)

AUTORIA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad de la autora.

Quito, 16 noviembre de 2009

Yadira Hidalgo

C.I.: 1715604847

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Yadira Geovanna Hidalgo Díaz declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 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 que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Yadira Hidalgo

AGRADECIMIENTO

Expreso mis más sinceros agradecimientos a Dios por permitirme gozar de estos momentos tan intensos y especiales, los cuales puedo compartir con todas las personas que amo y que quiero.

Agradezco de todo corazón a todas las personas que conforman la muy prestigiosa y reconocida Universidad Técnica Particular de Loja y al personal que labora en la página web de Ecuavisa como Emilio Carrión, Franklin Azogues y de Canal RCN a Hugo Vecino, Diego Jordán quienes me facilitaron información precisa para la culminación de mi objetivo.

De igual manera agradezco la guía proporcionada por las Licenciadas Catalina Mier, Karina Valarezo y a un buen amigo comunicador social Javier Arrieta.

Yadira

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor dedico este mi trabajo a mi bella familia que ha sido mi soporte, el motor que genera esta mi inspiración.

Para ti, mi bella hija Melani que has sabido tolerar durante esta temporada mi ausencia por culminar este mi sueño que ahora te lo dedico, pues ya se halla inmerso en la realidad.

A ti mamita Martha por ese inagotable apoyo que me has brindado para poder culminar con esta meta. A mis bellos abuelitos Segundo y Blanquita que con sus sabios consejos supieron guiarme y brindarme el aliento que en los momentos difíciles necesité. A mis hermanos Cristhian y Galo que son fuente de enseñanza y aprendizaje de conseguir las metas que se proponen, a mi padre Milton por su alegría ante la vida.

También dedico este mi trabajo a la persona más tierna, dedicada y que abriga con su amor mi corazón, mi bello esposo David, para que nuestra familia salga adelante.

Esta mi dedicatoria va dirigida a ellos como una pequeña muestra de mi imperecedero amor y gratitud.

Yadira Hidalgo

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	i
CESIÓN DE DERECHOS	ii
AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
 CAPÍTULO I	 3
 1. MARCO TEÓRICO	 3
1.1 TRANSICIÓN DE TELEVISIÓN TRADICIONAL A DIGITAL	3
1.1.1 DIFERENCIAS SUSTANCIALES TV TRADICIONAL – DIGITAL ...	5
1.2 APARECIMIENTO DE LOS MEDIOS NATIVOS.....	6
1.2.1 CONCEPTO	6
1.2.2 CARACTERÍSTICAS	7

1.3 WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	8
1.3.1 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS DE LA WEB 2.0	9
1.4 PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA RED.....	12
1.5 REDACCIONES DIGITALES	14
1.5.1 INTEGRACIÓN DE SALAS DE REDACCIÓN	16
 CAPITULO II	 18
 2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	 18
2.1 TABLA CUANTITATIVA SEMANA COMPUESTA DE ECUAVISA.....	19
2.2 TABLA CUANTITATIVA SEMANA COMPUESTA DE CANAL RCN.....	23
2.3 BREVE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	26
2.3.1 CANAL RCN.....	26
2.3.2 ECUAVISA.....	36
2.4 APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.4.1 TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA DE CANAL RCN.....	47
2.4.2 TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA DE ECUAVISA.....	54

CAPITULO III	62
3 ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	62
3.1 PERIODISMO PARTICIPATIVO	62
3.2 COMUNICACIÓN MOVIL	63
3.3 PLATAFORMAS	64
3.4 CARACTERISTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	65
3.5 SALAS DE REDACCIÓN	66
3.6 ACCESIBILIDAD DE CONTENIDOS	68
 CONCLUSIONES	70
 RECOMENDACIONES	71
 BIBLIOGRAFÍA	72
 ANEXOS	75

RESUMEN

Los medios de comunicación caso Ecuavisa y CanalRCN y el trabajo en la red con herramientas web 2.0, son analizados durante el recorrido en esta tesis la cual está conformada de tres capítulos.

El Capítulo I, comprende el Marco teórico el cual abarca la Transición de Televisión tradicional a digital, diferencias sustanciales entre televisión tradicional y digital, el aparecimiento de los medios nativos, la web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación, se describen cuales son las herramientas más utilizadas de la web 2.0, también se topa un tema de importancia como es la Propiedad intelectual en la red, redacciones digitales e integración de las salas de redacción.

El Capítulo II, va en relación a la Investigación de Campo en la cual encontramos las tablas cuantitativas de la semana compuesta de Ecuavisa y CanalRCN, con su respectiva explicación y que además incluye un breve análisis de la situación actual de los medios de comunicación antes indicados.

En cuanto a la aplicación del instrumento de investigación encontraremos las tablas cualitativas de la semana compuesta de ambos medios televisivos con su respectivo análisis.

El Capítulo III, se encuentran el análisis de datos y resultados basados en: Periodismo Participativo, Comunicación Móvil, Plataformas, características de comunicación digital, salas de redacción, accesibilidad de contenidos.

Al finalizar se encuentran las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía de la cual he concurrido para la redacción del presente trabajo.

INTRODUCCION

El desarrollo tecnológico en los diferentes medios de comunicación demanda una permanente innovación dentro del ámbito comunicacional. En tal virtud, las herramientas de comunicación hoy en día deben estar inmersas en este nuevo resurgimiento tecnológico lo cual implica una aplicación diferencial que marque la diferencia entre los medios existentes.

Internet abre sus puertas para hacer extensivas las voces de todos quienes se hallaban silenciados y aislados, hoy en día gracias a esta gran herramienta las distancias se vuelven cortas y la interacción entre la sociedad se vuelve inminente.

Los medios de comunicación al comprobar el gran auge y la gran expansión que aporta internet decidieron incursionar y universalizar la información generada en el medio de comunicación creando su propia página web, subiéndola y presentándola a la sociedad internauta.

Gracias a la intervención de las herramientas web 2.0 la difusión de la información y la interacción entre el medio y la sociedad se ha vuelto más estrecha convirtiendo al receptor en generador de información el cual permite retroalimentación e interacción por parte de los usuarios – receptores. Desde este punto de vista los medios de comunicación, caso de la televisión ya no son quienes eligen la programación y el horario respectivo en el que el televidente acate sus normas de acceso de la información; sino el receptor es quien escoge el medio digital de su preferencia, la hora a la que desea acceder a la información y con la mejor opción de poder repetir la información cuantas veces el usuario desee.

Así, los medios digitales tienen la tendencia de actualizar su información durante todo el día y todos los días, con el fin de brindar información del momento y poder mantenerse en este mundo informatizado.

Un medio digital tendría la tendencia a desaparecer o pasar desapercibido en la web, si no es actualizado, si es dejado de lado la importancia que tiene la participación ciudadana, si no hay un manejo adecuado de accesibilidad de contenidos, si no hay un manejo responsable, organizado y jerarquizado en las salas de redacción: y, si no son aprovechadas las grandes ventajas que brindan las herramientas web 2.0.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1 TRANSICIÓN DE TELEVISIÓN TRADICIONAL A DIGITAL

En la historia del hombre han surtido varias olas que han impregnado el cambio en la sociedad, un cambio que va de la mano del progreso del hombre, según Alvin Toffer vino la *primera ola* hace 10.000 años impulsada por la revolución de la agricultura, lo cual produjo una civilización asociada al campo; luego, vino la *segunda ola* con la revolución industrial lo cual dio como resultado una civilización enfocada en la industria y la producción, en donde había una reciprocidad del hombre con las máquinas. Y la *tercera ola* en la cual la productividad va de la mano de las nuevas tecnologías y en donde la sociedad valora la información, la creatividad y el conocimiento.

Desde este punto de vista podemos darnos cuenta como las cosas se presentan, adaptan y evolucionan en este mundo. Así, una muestra de ello es la televisión que es uno de los medios de comunicación que ha permitido la propagación de la información.

En 1925 gracias a John Baird surge la televisión, bajo el método mecánico Nipkow que permitió por primera vez la transmisión de imágenes a distancia y que a mediados de la década de los años 30 este método fue reemplazado por rayos catódicos dando paso a la era electrónica como una pequeña muestra a la evolución y transformación que ha venido y continúa sufriendo.

La televisión asume cambios sustanciales que inmersos en la tecnología provocan el quiebre de las barreras entre el tiempo y el acortamiento de las distancias. “Desde que el Internet se convirtió en un fenómeno social de consecuencias incalculables la televisión se ha visto obligada a revisar el modelo tradicional para poder competir en la era digital” ¹

¹ López, Neréida y Tapia, Alicia (2007). Gestión de contenidos audiovisuales en la televisión de hoy. *Revista Signo y Punto* 50, 25, 163

Así, si este medio quiere verse inmerso en la era digital deben reestructurar su modelo con el fin de no quedar al margen, como aconteció con parte de la civilización de la primera ola que se quedó estancada en el pasado al no incluirse en la segunda ola, es decir, en la revolución industrial.

En un inicio, los medios de comunicación pensaron abandonar sus soportes tradicionales; pero, tan pronto identificaron a Internet como un canal de promoción y respaldo de la programación tradicional, la convirtieron en un complemento, no en una exclusión al ratificar al medio a nivel universal.

La irrupción del Internet ha supuesto un terremoto para la televisión. Ya se observa una enorme variedad de ofertas de canales, usos sociales y procesos de interactividad. Por una parte, la televisión tradicional la emplea en sus inicios como otro sistema de difusión de su programación, sin modificación ni originalidad alguna. Posteriormente, aparecen otras iniciativas que cada vez adquieren nuevas peculiaridades y distanciamientos unas de otras.²

Por consiguiente, los medios de comunicación llegan hasta el Internet para hacer acto de presencia, competir y hacerse universal. Internet al ser un nuevo medio posee posibilidades, según dice De Zárraga:

Ser multilenguaje, capaz de utilizar simultánea y articuladamente los lenguajes propios de todos los medios.

Ser hipertextual, capaz de niveles y ramificaciones de referencias en número indefinido.

² De Zárraga, José Luis. *Los Medios de Comunicación en Internet* .Recuperado el 23 de julio de 2009, de <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>

Ser personalizable, capaz de ofrecer las informaciones que cada usuario individualmente demande, en el volumen que pida y con el formato que prefiera.³

Estas características permiten a la televisión tradicional relacionarse estrechamente con el mundo digital y a la vez conjugar elementos como la interactividad, libertad, gratuidad con los cuales se vincula y se cohesiona a la sociedad.

Por lo tanto la transición de la televisión tradicional a digital se lleva gracias a la influencia de cambio tecnológico, al tratamiento, modificación e incorporación de nuevos contenidos y a las relaciones interactivas de los usuarios.

1.1 DIFERENCIAS SUSTANCIALES TV TRADICIONAL – DIGITAL

En revista chasqui 84 en el apartado de “Agoniza la televisión tradicional” menciona que “... la televisión tradicional han reaccionado creando una web para colgar sus propias obras”⁴. Lo cual le permite ingresar publicidad e inclusive vender productos efectuados en el canal a través de la red dándose a conocer a nivel mundial.

En televisión tradicional el proceso comunicativo utiliza el sistema unidireccional donde el medio presenta información como noticias, películas, novelas, etc. hacia el televidente sin que éste tenga retorno sobre lo que piensa la gente.

En tanto, la televisión digital al proceso comunicativo lo vuelve interactivo y participativo al utilizar herramientas de trabajo que les permitan interaccionar entre el medio y el usuario. “Los telespectadores anteriores se convierten en productores audiovisuales sea para canales y otros seguidores, sea para los propios usuarios como los de los videoblogs y teleblogs o sea para los espectadores y las máquinas de almacenamiento y redes de acceso como *YouTube*”⁵

³ IBID

⁴ Agoniza la televisión tradicional. *Chasqui* 84. Recuperado 5 de agosto 2009 de <http://chasqui.comunica.org/content/view/560/142/>

⁵ IBID

El contenido, en televisión tradicional se presenta de forma simple y general, en tanto que, la televisión digital abre el camino a contenidos multimedia, digitales (texto, audio, video, etc.) variados y llamativos que interactúan con los usuarios. En este contexto la escritura digital se caracteriza por la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. En consecuencia los medios tradicionales se ven casi obligados a cambiar su estrategia tradicional a una on line para darle el protagonismo que busca la gente.

En la televisión tradicional no se puede elegir un fragmento de un programa, noticia o de alguna información de interés para el televidente, así como tampoco tiene la opción de escoger el horario y la posibilidad de volver a repetir la noticia para analizarla detenidamente. Así, el medio es quien establece el enlace.

Este no es el caso de la televisión digital, que si permite el usuario elegir la hora, el lugar y la posibilidad de tener acceso de la información que se presenta en el medio tradicional dándole la facilidad de escoger al usuario lo que sea de su interés. En consecuencia quien establece el enlace es el usuario no el emisor (canal).

El lenguaje utilizado en el medio tradicional se ve reforzado y renovado con la incorporación del lenguaje multimedia, que facilita al usuario interactividad, navegación y búsqueda. Esto permite al usuario desarrollar las actividades que él desee realizar convirtiendo al telespectador a un teleciudadano interactivo digital.

Atrás queda mencionar, que las modalidades televisivas sólo se desarrollan en el televisor, ahora también a través de la pantalla de un computador.

1.2 APARECIMIENTO DE LOS MEDIOS NATIVOS

1.2.1 CONCEPTO:

Las nuevas tecnologías han producido la revolución de los medios de comunicación. Por este motivo el crecimiento de los medios digitales está cambiando la filosofía de la

información, a través “... de medios que nacen y viven en Internet sin que exista su versión offline o tradicional”⁶

Estos medios que nacieron en la red tienen la ventaja de no efectuar gastos inmensos en relación a los medios de comunicación tradicionales como la radio, televisión y prensa.

Sus contenidos son elaborados exclusivamente para ser difundidos interactivamente y en línea. Además pueden ser elaborados por profesionales y aficionados.

Así también se consideran nativos digitales a los jóvenes que nacieron en el resurgimiento de la Internet, porque son quienes están creciendo de la mano de las nuevas tecnologías en tanto que a las personas que se encuentran fuera de este contexto, los adultos, se los denomina inmigrantes digitales.

En consecuencia si realizamos una comparación los medios de comunicación tradicionales serían el equivalente de los inmigrantes digitales, que les tocó involucrarse en la era tecnológica para no quedarse al margen en esta revolución tecnológica; en tanto que, los medios nativos digitales serían el equivalente de nativos digitales porque nacieron y viven en el internet y en su evolución.

1.2.2 CARACTERÍSTICAS

Los Medios Nativos Digitales se caracterizan por la participación, la interactividad y la colaboración, lo que le permite compartir, difundir, interactuar, transformar, mediar, intervenir y potenciar el contenido comunicacional con fines, ya sea de mero esparcimiento o conocimiento, o en algunos casos privilegiados con vistas a reapropiaciones más significativas y de transformación personal o colectiva.

⁶ ¿Qué es un medio nativo digital? (2008,1 octubre) Recuperado 2 de julio de 2009, de <http://kremaster.blogspot.com/2008/10/qu-es-un-medio-nativo-digital.html>

Estos medios tratan a Internet como un soporte barato y, probablemente, muy rentable para hacer lo que no se puede hacer en soportes tradicionales de prensa, radio o televisión.

Su información es rápida y directa, aquí la opinión juega un papel fundamental, medios que conforman un ecosistema en el que las informaciones rara vez duran más de 24 horas.

1.3 WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En el 2001 el resurgimiento de banda ancha, web 2.0 y la difusión de aplicaciones en línea repercutieron en el periodismo. En tal virtud, la web 2.0 ha supuesto el renacimiento de los medios, en donde los usuarios generan contenidos que provocan la interacción, participación y colaboración ciudadana brindando a la gente el protagonismo que hacía falta.

Actualmente, todas las actividades humanas, están centradas en base a las tecnologías de la información y comunicación, innovaciones que favorecen el flujo de la información y mejoran la comunicación.

En tal virtud los medios de comunicación al crear su versión on line con herramientas web 2.0 ofrecen a los usuarios el protagonismo, la participación y la respuesta del medio que buscan. Así, la web 2.0 ha llevado a la sociedad a tomar un rol participativo e interactivo dentro de Internet. Por este gran motivo hay un obligatorio replanteamiento en lo que se refiere al trabajo periodístico.

En mundo de la web 2.0 se generan conocimientos al recibir retroalimentación del trabajo cooperativo de sus audiencias, ya que el público se convierte en editor de la información lo que pone en otro ángulo al usuario que desea y quiere colaborar.

Sentirse copartícipe del medio de comunicación se veía lejano e inalcanzable para el usuario, ya que sólo tenía la posibilidad de enviar cartas al lector o realizar llamadas al medio. Es otra cuestión que queda en el pasado ya que la web 2.0, ubica al usuario donde debe, como un telespectador digital interactivo y participativo.

Paco Olivares en relación al usuario manifiesta “tras constatar el éxito que tienen los sitios mantenidos y administrados por los usuarios y contagiados por la web 2.0, son muchos los medios que empiezan a incluir secciones que permiten la participación y colaboración ciudadana” ⁷

En consecuencia, los medios de comunicación que están involucrados con la web 2.0 han llevado a la humanidad a tomar un papel más activo en la red y dentro de la sociedad, ya que ven a la comunicación de una manera flexible, participativa y abierta.

1. 3.1 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS DE LA WEB 2.0

Las herramientas son programas y estándares abiertos soportados por Internet y la Web, que se presentan a manera de servicios para que el usuario pueda interaccionar.

Según Paul Anderson y Comunicación Positiva la web 2.0 está formada por las siguientes herramientas:

- **BLOGS** Son páginas web que contienen anotaciones ordenadas cronológicamente conocidos también como bitácoras, las cuales facilitan la publicación instantánea permitiendo a los usuarios la retroalimentación.

Dentro del mundo blogger, existen diversos tipos de herramientas:

- Sistemas de creación y alojamiento de blogs: Blogger
- Rankings de blogs y herramientas: Alianzo.

⁷ Olivares, Paco (2008, marzo). *Los no periodistas en medios digitales*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui 101, 69.

- Comunidades, directorios: bitácoras, blogalaxia.
 - Redes de blogs: Weblogs, Hipertextual, Cdys
 - Videoblogs vídeos que se distribuyen mediante suscripción: MobuzzTV
- **WIKI** Significa rápido, es una página web donde los usuarios crean contenidos y tienen la posibilidad de modificar, corregir y ampliar un tema específico desde cualquier parte del mundo.

Un ejemplo claro es la Wikipedia que permite editar la información.

Para evitar confusiones más vale aclarar que a diferencia de los blogs, los Wikis cuentan por lo general con una *función* de “historial” que permite examinar versiones previas y con una función de *rollback* (*deshacer*), capaz de restaurar versiones anteriores.

- **REDES SOCIALES.** A través de ellas las personas mantienen relaciones de amistad, intereses comunes o comerciales. Así, se pueden encontrar:
 - ✓ Redes sociales personales: Facebook
 - ✓ Redes sociales profesionales (networking): LinkedIn
- **LECTORES RSS** son herramientas muy útiles para el usuario ya que evita la pérdida de tiempo con el fin de verificar si se ha publicado información nueva, siempre y cuando esté suscrito al servicio RSS.

Por lo tanto el trabajo que efectúa el lector de RSS es conectarse de manera directa con las páginas Web suscritas y descargar los titulares de los nuevos contenidos.

Así, por ejemplo tenemos: Google Reader, Feedburner, Bloglines.

- **MARCADORES SOCIALES Y TAGGING**

Los tags adicionan a un objeto digital sea éste un sitio web, una fotografía o un clip de video con el fin de facilitar la búsqueda de cualquier información. En tanto que, los marcadores sociales son formas donde los usuarios guardan y clasifican páginas favoritas. Ejemplo Del.icio.us, Technorati, Blinklist.

- **FOLKSONOMY**

Es el resultado del etiquetado, individual y libre, de cualquier contenido digital que tenga una dirección Web (URL), con fines de recuperación futura.

- **AGREGADORES** Servicios que agrupan información procedente de varias fuentes: Lastinfoo

- **NOTICIAS Y CONTENIDOS VOTADOS POR LOS USUARIOS** Digg, Meneame, Fresqui, Wikio

- **RECOMENDACIÓN DE CONTENIDOS.** LastFM, MyStrands

- **COMPARTIR VÍDEOS.** YouTube, Google Video

- **COMPARTIR FOTOS.** Flickr

- **PODCASTING.** Permiten archivar sonido que se distribuyen a los oyentes mediante suscripción. Podcast, Podsonoro.
- **APLICACIONES EN LINEA.** Gmail, Moneytracking
- **PÁGINAS DE INICIO PERSONALIZADAS.** Puntos de inicio para el navegador, personalizables con módulos y contenidos diversos. IGogle, Netvibes, Windows Live.
- **APLICACIONES DE GEOPOSICIONAMIENTO SOBRE MAPAS.** Google Maps, Panoramio, Tagzania.
- **BUSCADORES 2.0.** Technorati
- **COMUNIDADES MÓVILES Y DE ACCESO.** Fon

1.4 PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA RED

Al acceder a Internet es necesario recalcar que si bien tenemos la libertad de ingresar y navegar, nos encontramos también con limitantes en cuanto a la utilización de lo que crearon otros, en este punto nos adentramos en el campo de la propiedad intelectual.

En tal virtud Wecker y Anderney mencionan que:

La idea de propiedad nace en una serie de áreas dentro de la ética informática y de la información. Si existe preocupación sobre la piratería del software es porque existe la creencia de que alguien posee legítimamente el

software, y las copias ilegales equivalen al hurto de la propiedad. Documentos, imágenes y datos, en muchos de los casos, también son considerados como propiedad de, es decir que son de alguien⁸

Tan importante como la libertad de la información y el acceso a la información es la propiedad intelectual, entonces, desde qué punto hay la posibilidad de asegurar las ideas, documentos e información subida a la red, La defensa de la propiedad intelectual se vuelve necesaria, ya que el uso de internet no exime los riesgos existentes.

Así en la Declaración Universal de los Derechos Humanos del 10 de diciembre de 1948 en su artículo 27.2. dice:

“Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea su autora”⁹

Por consiguiente, una obra original, por el simple hecho de estar en la Red, se considera ya protegida por los derechos de autor, y aunque no es obligatorio, sí es recomendable protegerse registrando dicha obra cultural en el Registro de la Propiedad Intelectual, para confinar al autor protección frente a reproducciones que son llevadas a cabo sin su consentimiento.

En cuanto al contenido de los sitios web está también protegido por ser considerado creación intelectual. Es necesario determinar en todos los casos a quien corresponden los derechos sobre el sitio web, siendo recomendable incorporar en las páginas un aviso legal acerca de la autoría y propiedad del contenido de las mismas.

⁸ Wecker John y Adeney Douglas. Propiedad Intelectual *Ética Informática y de las ciencias de la información*, Editorial Fragua, Madrid 2000 p. 83

⁹ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recuperado el 26 de octubre de 2009 en <http://www.dandoaluz.net/dudh.htm>

Por último las infracciones más graves contra la propiedad intelectual pueden ser incluso constitutivas de [delito](#), con penas que pueden llegar incluso a la privación de libertad, por lo cual es ineludible contar con el consentimiento del autor, que generalmente lleva aparejado una contraprestación económica por la utilización de dichos contenidos.

1.5 REDACCIONES DIGITALES

“La gran mayoría de los contenidos disponibles en la web son diseñados bajo la estrategia del hipertexto, donde la manera fundamental de expresión es la palabra escrita, que enriquecida con hipervínculos establece la posibilidad de que el usuario defina su propia ruta”¹⁰

Por lo tanto, vemos que la tecnología, en ésta área también se involucra de manera directa en las relaciones laborales del personal de comunicación, lo cual recae en la redacción de contenidos, convirtiéndose en el organizador de espacios interactivos en la web a través de diálogos que se crean entre los usuarios y el medio. Siendo el usuario también generador de textos, es decir información.

Al respecto los comunicadores sociales, tratan de asimilar de manera positiva la introducción de las nuevas herramientas por cuanto han facilitado el trabajo del periodista.

Es importante recalcar que en la labor periodística siempre deben estar presentes las virtudes como son credibilidad, rigor e independencia menciona Francisco Sancho.

Para lo cual el periodista en su redacción digital debe:

- Dominar el lenguaje para proporcionar la comprensión del mensaje por parte del usuario que de ser usuario local se ha convertido en usuario universal.
- Tener capacidad de síntesis para redactar mucha información en espacios pequeños, ya que si hay exceso de texto provocará cansancio y por ende el abandono del portal.

¹⁰ Torres, Carlos (2007) La estética de la web; del hipertexto al hipermedia. *Revista Signo y Punto* 50, 25, 152

- Capacidad para jerarquizar para lo cual el redactor deberá dar prioridad a la información desde la mayor hasta menor importancia.
- Capacidad de contextualización para lo cual debe tener la capacidad de ordenar de acuerdo al contexto informativo.
- Capacidad de organización y distribución de contenidos.

Samantha Suárez en el V Foro “Integración de redacciones, escritura en la red” de la Universidad Fermín Toro (UFT) mencionó:

“que para escribir en un medio digital hay *múltiples opciones*, entre ellas la opción de los hipervínculos, que es bastante interesante ya que la estructura del periodismo digital funciona como el pensamiento humano en el cual se va encadenando un pensamiento con otro creando un hilo de información. Los links permiten enlazar una idea con otra y a su vez relacionarla con el tema principal”¹¹

En este punto es importante mencionar que la eficacia en la transmisión de mensajes es lo primordial, de ahí que tres características importantes recaen en la utilización del lenguaje periodístico como son: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

La primera hace referencia a la (Salaverria, 2005 en Canavilhas, 2007) “capacidad de interconectar textos digitales entre sí”¹²; la segunda, que indica la “capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje dos de los siguientes tres elementos: texto, imagen y sonido”¹³; y, la tercera se entiende como la “...capacidad que el contenido posee de permitir al usuario construir el tipo de relación con los contenidos”¹⁴.

José Luis Orihuela en relación a los relatos periodísticos menciona que los soportes digitales deben facilitar la diversificación y flexibilización para aprovechar el potencial de los medios

¹¹Hernández A. y Espinoza K.(2008, 14 junio) El periodismo digital tomó el auditorio de la UFT. Recuperado el 28 de octubre 2009 en <http://interactivosuft.wordpress.com/>

¹² Canavilhas, J. (2007) Webnoticia, propuesta de modelo periodístico para la WWW p.52

¹³ IBID

¹⁴ IBID

en línea: interactividad, personalización, profundidad, hipertextualidad, diseño, actualización, búsqueda y comunidad, constituyen las capacidades comunicativas propias de las redes hipermedia de información distribuida.

El conjunto descifrado de cómo debe ser y qué elementos deben acompañar a una redacción digital traerá como consecuencia el éxito o el fracaso en la red. Ahora más vale utilizar una escritura atractiva, con buenos títulos, que vayan acompañados de foros, noticias, salas chat, weblogs, etc., es decir que ofrezcan atracción con buena información e interacción dando el papel de moderador y multiprocesador al periodista en este espacio de encuentro virtual.

1.5.1 INTEGRACIÓN DE SALAS DE REDACCIÓN

Las primeras redacciones digitales estaban conformadas de periodistas, diseñadores, editores de fotografía y correctores; y, debido a la necesidad las salas de redacción han incluido: Webmasters, diseñadores y programadores con el fin de readaptarse a las necesidades del presente y futuro. Motivos suficientes para que los profesionales de la comunicación evolucionen y se adapten a nuevos procedimientos de producción.

De esta manera, hay que considerar que a parte de la nueva estructura física, también implica un cambio de mentalidad en los distintos niveles de producción periodística.

El trabajo en equipo con todos los profesionales que intervienen en el proceso de difusión de la información debe ser coordinado y esmerado. Al respecto también sugiere Rubén Darío Buitrón que debe haber una reflexión interna en las salas de redacción, una reflexión colectiva, abierta, franca en la que todo el equipo renueve sus conceptos, criterios y maneras de escoger y decidir a qué fuentes acudir cuando sea necesario. Para servir de manera honesta al público al que se dirige y consigo mismos.

En sí, una reflexión a fondo permitirá diseñar un plan de trabajo ambicioso y de largo plazo, basado en el conocimiento de lo que quiere y necesita la gente. Y con una estructura administrativa y jerárquica clara donde cada uno sepa sus deberes y funciones lo que equivale a aceptar exigencias y nuevas misiones en estos nuevos desafíos que enfrentan los medios de comunicación.

Recordemos que el manejo de la información producida en las salas de redacción debe “... contar la realidad tal como ocurrió, sin interpretaciones, filtros o análisis disfrazados de noticias” ¹⁵

Lo que se hace con este tipo de parámetros es proporcionar al público elementos de análisis y herramientas para que puedan sacar sus propias conclusiones. Desde éste punto de vista, las salas de redacción facilitan el fortalecimiento de consensos sociales.

Cabe recalcar, que al darse importancia a las nuevas tecnologías, se tendrá como resultado la apertura de nuevos formatos y nuevas tendencias en el cibermedio, con información creativa y seria que la gente entienda y disfrute.

¹⁵ Buitrón, Rubén (2005, junio). *Nuevos desafíos en las salas de redacción*. Revista Chasqui 90, 48

CAPITULO II

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Las tablas utilizadas en la recolección de datos numéricos (tabla cuantitativa), se ha llevado a cabo desde del 18 de agosto al 28 de septiembre de 2009 entre las 20h00 a 22h00. Cabe mencionar que este análisis ha servido para recabar información en los dos medios asignados: Ecuavisa y CanalRCN, Datos que suministran información muy puntual, sobre el tipo de secciones, fuentes, cibergéneros e imágenes que utiliza cada medio como soporte informativo para llegar a los usuarios.

En el caso de las *Secciones* en las cuales se respaldan Ecuavisa y CanalRCN como sociedad, política, deportes, entretenimiento, entre otras, son aquellas que permite al usuario, darse cuenta cual es el enfoque y hacia qué grupo objeto va direccionada la información.

El conteo de las Fuentes permite indagar qué fuentes son las más utilizadas, sean estas fuentes directas, institucionales y/o públicas, las mismas que permiten saber cuáles son sus referencias y obtener una información completa, sustentable y verídica sobre los asuntos de importancia que atañe a la sociedad para manejar la información de manera adecuada.

El apartado de los cibergéneros, permitirá conocer como es moldeada la información y cuál cibergénero (noticias, crónicas, reportajes, entrevistas) es el más útil a la hora de redactar los hechos.

En torno a Imágenes, podremos contabilizar y visualizar qué tipo de imágenes (videos, fotografías, infografías, etc.) acompañan a las noticias.

2.1 TABLA CUANTITATIVA SEMANA COMPUESTA DE ECUAVISA

ECUAVISA 18 DE AGOSTO A 28 DE SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	
Política	57
Deportes	56
Entretenimiento	48
Sociedad	43
Economía	14
FUENTES	
Directas	127
Instituciones privadas	82
Instituciones publicas	9
CIBERGÉNEROS	
Noticia	186
Crónica	26
Reportaje	5
Entrevista	1
IMAGEN	
Fotografías a color	138
Video	127
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografía	0

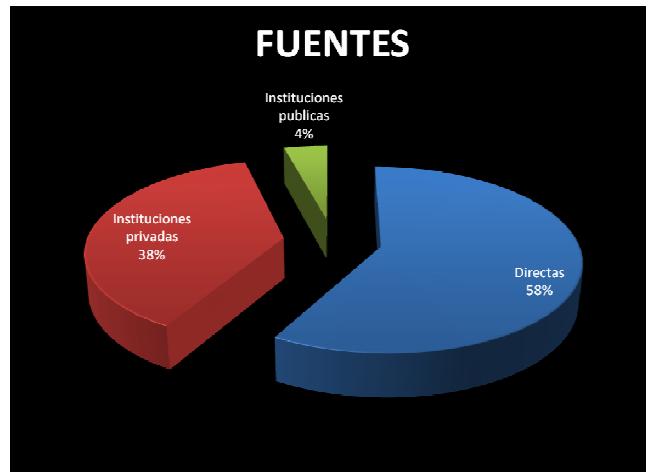
- En SECCIONES se presentan temas de corte POLÍTICO con el 26%, a continuación DEPORTES con el 26%, ENTRETENIMIENTO con el 22%, SOCIEDAD con el 20% y ECONOMÍA con el 6%.



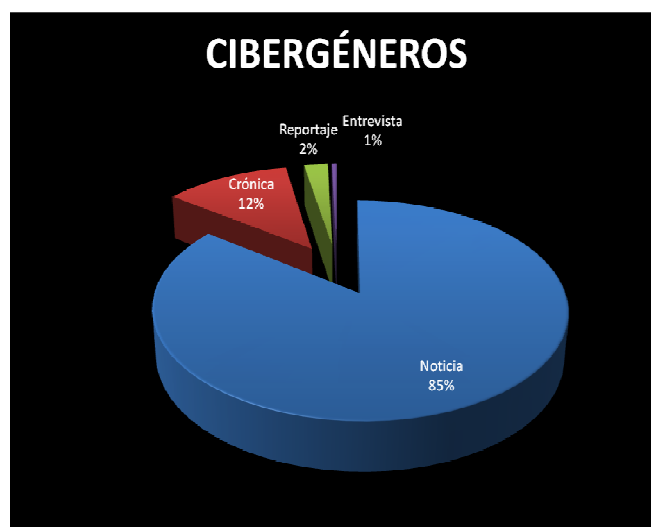
- Hay que recalcar que de los temas el 64% son NACIONALES y el 36% son INTERNACIONALES.



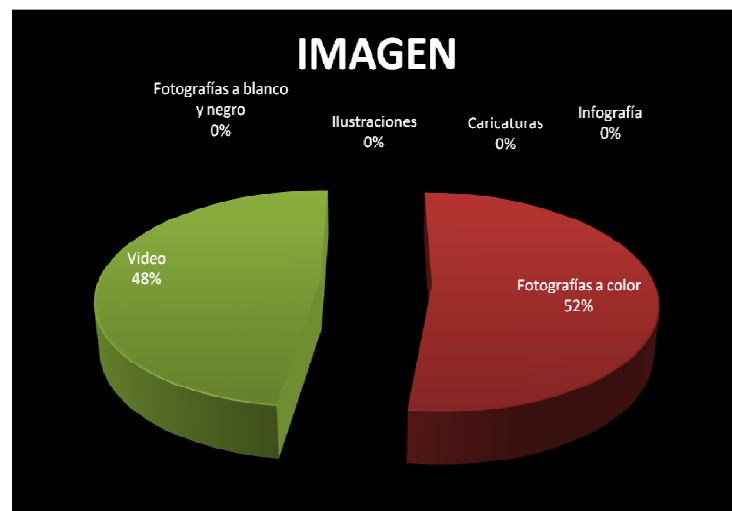
- En cuanto a FUENTES el 58 % pertenecen a fuentes directas, el % 38 a Instituciones privadas internacionales como REUTER, EFE, AFP, entre otras y el 4 % a instituciones públicas como la Presidencia.



- En relación a los CIBERGÉNEROS tenemos un alto porcentaje en NOTICIAS con 85el %, CRÓNICA con el 12 %, REPORTAJE con el 2 % y ENTREVISTA con el 1%.



- IMAGEN, Ecuavisa toma muy en cuenta dos tipos: FOTOGRAFÍAS A COLOR con el 52% y VIDEOS con el 48%, no utilizan fotografías en blanco y negro, ni caricaturas, ilustraciones e infografías.

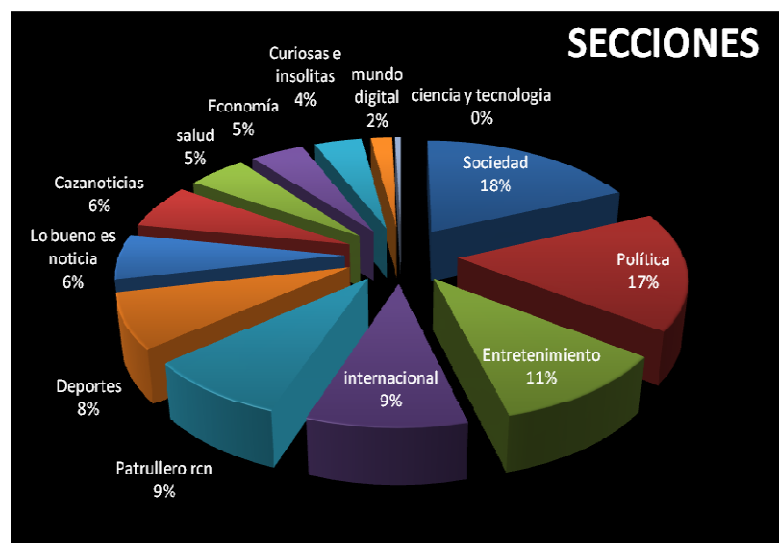


2.2 TABLA CUANTITATIVA DE CANAL RCN

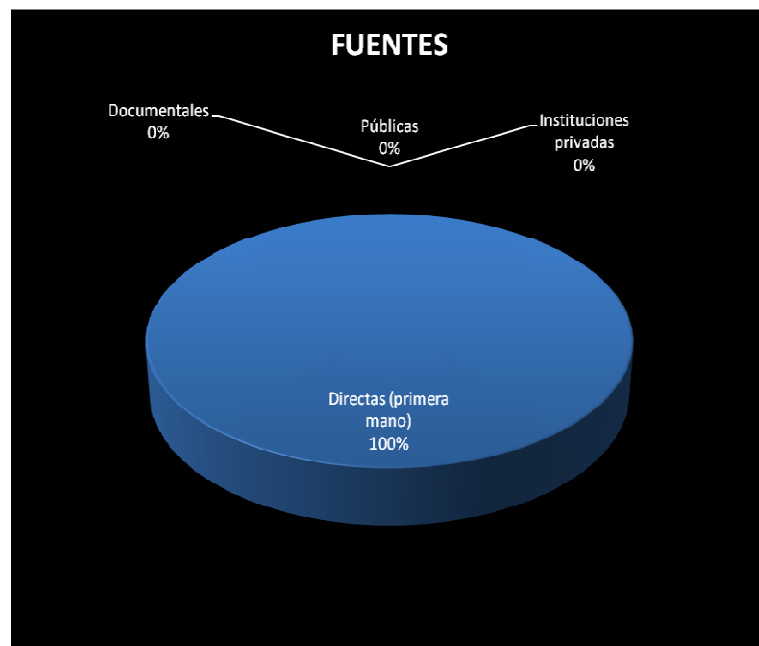
CANAL RCN 18 AGOSTO AL 28 SEPTIEMBRE 2009	
SECCIONES	
Sociedad	41
Política	37
Entretenimiento	24
Internacional	21
Patrullero RCN	19
Deportes	17
Lo bueno es noticia	14
Cazanoticias	14
Salud	11
Economía	10
Curiosas e insólitas	9
mundo digital	4
ciencia y tecnología	1
FUENTES	
Directas (primera mano)	222
Instituciones	
Públicas	0
Instituciones privadas	0
Documentales	0
CIBERGÉNEROS	
Noticia	214
Reportaje	7
Crónica	1
Entrevista	0

IMAGEN	
Video	261
Fotografías a color	35
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografía	0
Fotografías a blanco y negro	1

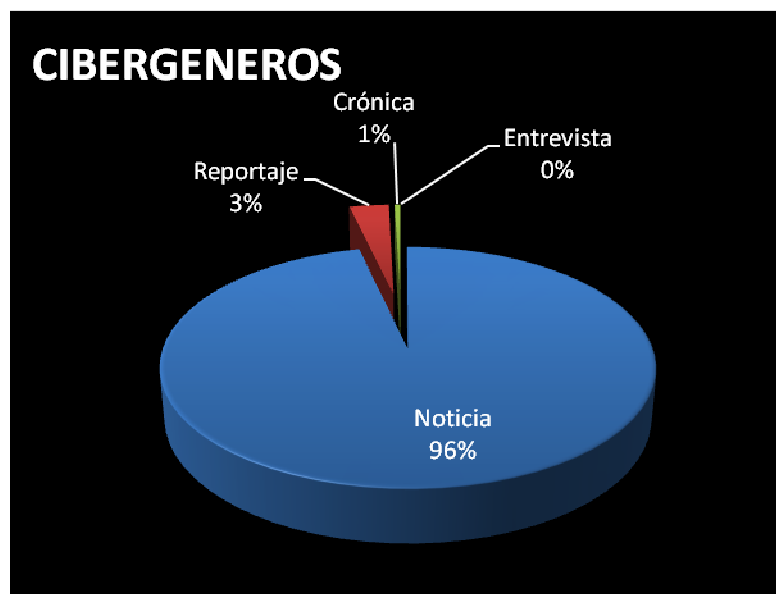
- En SECCIONES RCN clasifica en diferentes temas cuyo porcentaje es el siguiente SOCIEDAD 18%, POLITICA 17%, ENTRETENIMIENTO 11%, INTERNACIONAL 9%, PATRULLERO RCN 9%, DEPORTES 8%, LO BUENO ES NOTICIA 6%, CAZANOTICIAS 6%, SALUD 5%, ECONOMIA 5%, CURIOSA E INSOLITAS 4% MUNDO DIGITAL 6%. Y CIENCIA Y TECNOLOGIA 0%.



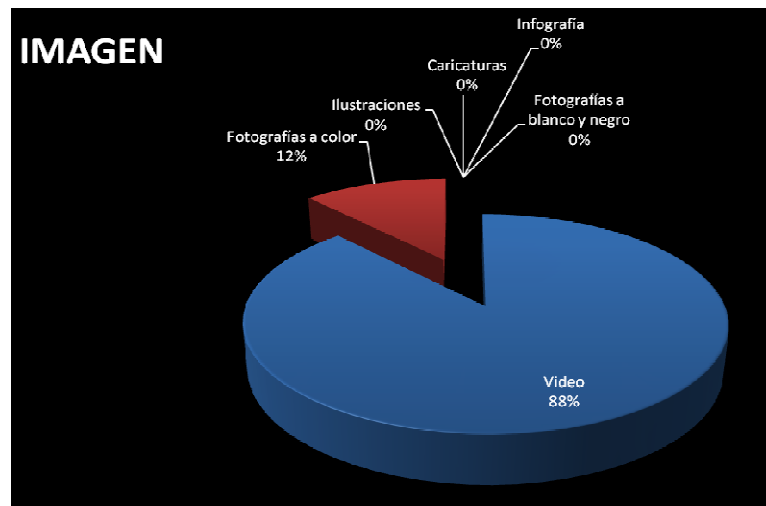
- En fuentes, RCN cuenta con el 100% son Directas así, por ejemplo antes de desarrollar la nota, se da un inicio contextualizando a la noticia de este modo: Bogotá, Colombia (RCN) - Quito, Ecuador (RCN) - Santander, Colombia (RCN).



- En el ámbito de los Cibergéneros, cuenta con el 96% de Noticias, el 3% de reportajes y el 1% de crónicas.



- En cuanto a imagen, RCN utiliza el 88% video y el 12% de fotografías a color.



2.3 BREVE ANÁLISIS DE DATOS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.3.1 CANAL RCN

Canal RCN.com abre su espacio hace 8 años menciona Diego Jordan Diseñador Página Web con el fin de ser un aporte al canal RCN y brindar las debidas facilidades al usuario para cuando disponga de tiempo y desee actualizarse de lo que pase en el país y en el mundo.

Al momento la página web está conformada por el siguiente personal: 1 Director de Internet, 3 Webmasters, 1 Jefe de Redacción de Noticias Web, 1 Coordinadora de Programación Web, 2 Diseñadores web, 1 Ingeniero de Sistemas, 1 Periodista Noticias Web y practicantes de fin de carrera de Comunicación Social, distribuidos en los departamentos de Ingeniería, Diseño y programación.

Las noticias que se publican en el portal del CanalRCN, son tomadas de las emisiones 7:00, 12:30, 19:00 y 22:30 de Noticias de Televisión del Canal RCN.

La semana compuesta arrojo resultados sobre las secciones existentes en la página de RCN distribuidos en el siguiente orden: sociedad (18%), política (17%), entretenimiento (11%), internacional (9%), patrullero RCN (9%), deportes (8%), lo bueno es noticia (6%), cazanoticias (6%), salud (5%), economía (5%), curiosas e insólitas (4%), mundo digital (6%).

Claramente se puede apreciar que el primero de la lista en las Secciones es Sociedad con el 18%, y es que de esta manera marca la importancia que dan al público al facilitar una gama de secciones para que pueda seleccionar la que más le agrade. Según Hugo Vecino Jefe de Redacción CanalRCN la información del medio se seleccionan en torno a la actualidad nacional o internacional y que sean de interés para los Colombianos.

Sin bien no cuentan con un manual para periodistas digitales, según Hugo Vecino la experiencia los ha llevado a tener bien establecidos para escribir noticias para internet.

En cuanto a la Fuentes RCN cuenta con el 100% de fuentes directas por provenir la información del medio televisivo y porque al ser un canal de importancia en Colombia, ha contribuido el hecho de tener corresponsales en las diferentes regiones del país y en algunos países del mundo, de ahí que al iniciar la nota, se marcan de este modo: Colombia, Bogotá (RCN), Quito, Ecuador(RCN).

No cabe duda que el manejo de la información está en relación a cómo reconstruyen la noticia y la adaptan para internet, en este sentido los Cibergéneros más utilizados son Noticias con el 96%, reportajes con el 3% y crónicas el 1% las mismas que van acompañadas de video y fotografía. RCN utiliza como Imagen, el 88% video y el 12% de fotografías a color.

Corroborando a que el video haya alcanzado el 88% Vecino menciona que el Video es lo más importante para que los usuarios puedan ver las informaciones que se hayan publicado cuantas veces deseen.

Para definir a sus consumidores RCN toma muy en cuenta al Estudio General de Medios EGM, y además revisan estadísticas a través de herramientas de Google Analytics y Alexa.

En torno a la actualización de la página se efectúa durante 4 veces al día, según las emisiones antes mencionadas, debiendo recalcar que de existir información de último minuto la suben inmediatamente.

Al abrir esta página el visitante, usuario podrá apreciar que cuenta con el logotipo de la empresa en la parte superior RCN, izquierda con los colores azul, celeste, blanco y verde que guardan relación con la imagen corporativa, diseñada por **House Agency**.



En la parte superior del logotipo, están los datos, del país con su capital, seguido de Haz de RCN tu página de inicio, seguido de la fecha, el clima y búsqueda.

Y en la parte inferior del logotipo, tenemos la barra de navegación que cuenta con las siguientes categorías: Inicio, Telenovelas, Programas, Noticias, Infantil, Videogalería, Fotogalería, Comunidad, Exclusivas web, Futbolmanía y Quiénes somos.

INICIO	TELENOVELAS	PROGRAMAS	NOTICIAS	INFANTIL	VIDEOGALERÍA	FOTOGALERÍA	COMUNIDAD	EXCLUSIVAS WEB	FUTBOLMANÍA	QUIÉNES SOMOS
------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------	------------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

A continuación la pantalla se divide en dos secciones: una izquierda y otra derecha

SECCIÓN IZQUIERDA:

En la página principal tenemos la presentación de 5 importantes noticias, con temas que van desde lo nacional a lo internacional acompañados de respectiva imagen con pie de foto, cuyo contenido puede incluir fotografías a color o video. Esta área es denominada como **NOTICIAS RCN**.



A continuación tenemos un pequeño espacio denominado como **EL COLUMNISTA**, que presenta temas variados y descritos en 2 o 3 líneas y que no son actualizados; generalmente son 5 diferentes notas.



Junto a éste espacio encontramos, **NACIONAL** que cuenta con más noticias dentro del rango de importancia, menos importantes en relación a la sección de Noticias RCN. En éste espacio, la primera noticia incluye una imagen a color, con su respectivo contenido resumido, y en las noticias siguientes aparecen sólo los titulares, debiendo recalcar que cada uno de ellos pueden ser abiertos y ampliados.

NACIONAL



Contralor rechaza proyecto que aumenta pensiones a congresistas

Bogotá, Colombia (RCN) - Como estrambótico calificó el contralor general de la República, el proyecto de ley que aumenta el ingreso de los congresistas pensionados en cinco millones de pesos.

- Falla geológica afecta familias en Huila
- La U. Nacional regresa a las clases
- Autoridades capturaron a alias "Rodrigo"
- Mujer ingresó arma en sus partes íntimas a una cárcel
- Colombia registra cifra récord en disminución del secuestro
- Evite fraudes, cuide su dinero plástico

A continuación, se encuentra una publicidad propia del canal.



El siguiente espacio se denomina **FOTOGALERÍA**, en donde hay la tendencia de presentar las 5 mejores fotos que en su mayoría son a color y que están relacionadas con la fecha o un motivo especial o impactante para la sociedad.



Seguidamente se encuentra un espacio al que lo denomino como misceláneos, encasillados dentro de un recuadro con las siguientes temáticas: La cosa política, Patrullero RCN/Patrullero de la Noche, Economía, Internacional, Entretenimiento, Salud, Deportes, Curiosas e Insólitas, Lo bueno es noticia, Ciencia y Tecnología, Tiempo de leer y Mundo digital.

Cada temática señalada va acompañada de titulares, que no incluyen imagen relación, ni fecha a la vista para saber si son actuales o no, por lo que necesariamente al usuario, no tiene más opción que ingresar en el tema y verificar lo antes mencionado.

Inmediatamente, hay un espacio dedicado a publicidad del canal, es importante indicar que este espacio es reservado y nunca cambia de posición, junto a este se encuentra el espacio destinado al **CAZANOTICIAS**, con dos temas generalmente expuestos a la vista.

Cazanoticias

Bogotá, Colombia (RCN) - Empleados de una empresa en Bogotá estarían vertiendo productos químicos a un afluente. La situación se presenta en el río Fucha con calle 13 cerca a la Clínica Nuestra Señora de la Paz, donde es evidente la mezcla de colores en las aguas. Según el denunciante, las aguas estarían siendo contaminadas por varias fábricas del sector.

Cazanoticias



Bogotá, Colombia (RCN) - Debido a las constantes denuncias por parte de los usuarios el Cazanoticias consultó con funcionarios de la empresa, quienes respondieron que la culpa es de usuarios inescrupulosos que han tomado las estaciones de TransMilenio para escampar la lluvia. Sin embargo aseguraron que habrá más controles al ingreso de las estaciones.

Después, se encuentra un espacio que no varía y que está destinado para publicidad de la programación de Canal RCN, por ejemplo: mejora tu vida, hágalo en casa, hablemos con Annie, Usted elige.

Fin de semana





Publicidad





USTED ELIGE

 ¿Por qué es importante un simulacro?
  Así será el simulacro de terremoto en Bogotá
  ¿Estamos preparados para un terremoto?

LA SECCIÓN DERECHA es más grafica y resumida, cuyos temas sugieren el acceso.

- Titulares en video



- Síguenos Ahora en twitter



- Especiales Perry



- Colombia NewsTV



- Indicadores Económicos

Indicadores Económicos		
Monedas		
Dólar	\$ 1.843,81	↗
Euro	\$ 2.742,67	↘
Bolívar	\$ 854,93	↗
Tasas de interes		
UVR	\$ 186,7762	↘
DTF	4,47%	=
Café	180,12	↘
Petróleo	US\$ 78,53	↗

- Publicidad



- Sondeos

Sondeos
» Noticias RCN - Mayor preocupación
» Pandillas - Resocialización
» El Capo - Su final
» Concurso Nacional de belleza - Las candidatas
» Futbolmanía - Nivel futbolístico

- La meteoRCN



- Estamos Presentando, que incluye la programación del instante (4 programas que incluye el programa que está emitiendo en la TV, y los tres subsiguientes programas que están por verse o si desea puede ver toda la programación.)



- Espacio destinado a publicidad de RCN
- Exclusivas web que incluye temas de farándula.



- Nuestros obsequios, obsequios a los que el usuario se puede hacer acreedor.

Nuestros Obsequios

- » ESPECTACULAR KITS “TINKER BELL Y EL TESORO PERDIDO”
- » VESTIDOS DE BANO “WOMEN’S SECRET”
- » OBTEN UNA FIGURA PERFECTA CON SENSATIONS TIME
- » DISFRUTA DE LA MEJOR RUMBA EN LA CIUDAD DE CALI
- » SENSACIONAL CONCIERTO DE UNIVERSIA U09
- » ESPECTACULAR VIAJE A PUNTA CANA

Seguidamente de esta división se vuelve a unir en el mapa de sitio con temas que pueden encontrar en cada categoría.

TELENOVELAS	PROGRAMAS	NOTICIAS	INFANTIL	COMUNIDAD	EXCLUSIVAS WEB	FUTBOLMANIA	QUIENES SOMOS
Café, Con Aroma de Mujer	Cantando En El Trabajo	Caza-noticias	Bichos	Calendario	Chismecitos	Copa Postobón	ABC Medicus
El Fantasma Del Gran Hotel	CSI New York 2	Ciencia y Tecnología		Chat	Virtuales	Fútbol nacional	Atención Al Inversionista
La Usurpadora	Cura Para el Alma	Correcaminos		Foros	Clips	Fútbol internacional	Código del Buen Gobierno
Las Detectivas y el Victor	El Capo	Curiosas e Insólitas		Fotos	Entrevistas	Fútbol y cine	Concurso Nacional de Cuento
Maria Belen	El Lavadero	Deportes		Horóscopo	Eventos	Minuto a Minuto	Concurso Nacional de Cuento
Mi Pecado	Especiales Pirry	Desde la academia		La Receta del Día	Fotogalería	Memoria del Balón	Contáctenos
Sortilegio	Estilo RCN			Postales	Informes	El Duelo	Equipo Internet
Verano en Venecia	Factor X 2009	Economía		Videos	Especiales		Fides
	Ganamas	El Columnista			Notas		Historia
	La Noche	Entretenimiento					Intranet RCN
	La Revolución de las Cosas	Internacional					Org. Ardila Lulle
	Pequeñas	La Cosa Política					Proyectos Nuevos
	La Rosa de Guadalupe	La Meteo					
	Muy Buenos Días	Lo Bueno es					
	Nuestro Cine	Noticia					
	Reconstrucción total	Nacional					
	TeleBuzón	Patrullero RCN					
	Tu Tele	RCN News					
		Salud					
		Tiempo de Leer					
		Usted Elige					

Y al culminar:

“Copyright © 2008 RCN Televisión. Powered by www.canalrcn.com,Términos y Condiciones”

Según, Diego Jordán, Diseñador de la página RCN, el diseño actual de la página web tiene 2 años por lo que están pensando un rediseño.

2.3.2 ECUAVISA

Ecuavisa es una cadena de televisión ecuatoriana que empezó a transmitir su señal el 1 de marzo de 1967 fundado por Xavier Alvarado Roca su eslogan *Mira diferente*.



La pagina web www.ecuavisa.com según la wikipedia "... entró fuera de servicio a mediados de 2006 y relanzada en diciembre del mismo año con una interface básica pero eficiente y pronto por integrar video en línea y otros servicios". Sin embargo Emilio Carrión Jefe del Sito Web desconoce la fecha de creación de la página web. En torno al equipo de trabajo menciona que está conformado por 5 periodistas, 1 diseñador y 1 webmaster. En cuanto a la misión y la visión dicen ser restringidos ya que sólo son para la empresa, según lo manifestó María Dolores Briones de la Gerencia de Ecuavisa.

Ecuavisa y Ecuavisa.com, en cuanto a **contenidos** no tienen diferencia alguna, según menciona Carrión, ya que ambos mantienen la misma línea editorial.

En torno a la actualización de la página es constante durante todo el día y todos los días entre las 08h30 a 20h30. Un dato importante a resaltar es que hay un promedio de seis mil visitantes diarios, informó Carrión.

Vale la pena recalcar que, Ecuavisa para definir a sus consumidores utiliza dos parámetros: el registro de usuarios, que permite conocer lo más importante de las personas que habitualmente ingresan al sitio, y el segundo las estadísticas que proporciona Google Analytics del sitio.

Empecemos indagando sobre los contenidos que hay en el entorno de la www.ecuavisa.com que en su mayoría son de corte Político (26%), seguido de Deportes (26%), entretenimiento (22%), sociedad (20%), y economía (6%). Y las fuentes que se manejan en su mayoría

son fuentes directas (58 %), seguidos de fuentes Instituciones privadas internacionales (38 %) y fuentes instituciones públicas (4 %) de acuerdo a los datos obtenidos de la semana compuesta.

En nuestro caso menciona Emilio, regularmente nuestros usuarios prefieren las noticias, los adelantos y resúmenes de las novelas, pero las transmisiones deportivas también rompen los récords de visitas.

Ecuavisa, no utiliza la crónica Roja, ni noticias muy locales ya que buscan información de interés para usuarios del Ecuador y del extranjero. Dando prioridad a temas nacionales (64%) eso sí, sin olvidarse del ámbito internacional (36%).

En torno a los cibergéneros que maneja el sitio web de Ecuavisa, Emilio Carrión manifiesta que la noticia como tal es prioridad, de ahí que el 85% en los cibergéneros no es mera coincidencia.

En Ecuavisa también, se da cabida pero en un número menor a la crónica (12%), reportaje (12%) y la entrevista (1%).

Con relación a las imágenes que acompañan al texto están: Fotografías a color (52%) y Videos (48%).

Ahora, una breve descripción de los elementos que posee la Página de Ecuavisa cabe mencionar que en el interfaz se encuentran los elementos de manera organizada y dando prioridad a la información que mayor importancia tenga:

En el borde superior de la pagina se encuentra la fecha, hora, sitio de registro y acceso a la cuenta. A través de esta información, Ecuavisa logra ubicar a la gente en el tiempo con la fecha, hora; además que invita a ser parte de la familia web de Ecuavisa creando una cuenta, registrándose o permitiendo el acceso a la cuenta si ya se es usuario.

A continuación, se encuentra el logotipo de Ecuavisa, acompañado de publicidad telefónica. En cuanto al logotipo se encuentra en la esquina izquierda de la página principal y en cada página que se despliegue.



La barra de navegación es visible a simple vista y cuenta con las siguientes categorías:



Después, un recuadro dividido en dos secciones, en cuya parte superior, nuevos submenús: Noticiero en línea, historia de Ecuavisa, Zona de descarga, Regístrate, RSS y Buscar.



La parte izquierda, Frontpage es utilizado para espacios de publicidad del canal, con 6 banners y junto a éste se encuentra una miniparilla que contiene la programación en la cual se puede escoger la región, seguido de los videos más vistos por los cibernautas.

La selección de Ecuador se encuentra virtualmente eliminada tras la triste derrota en casa frente a Uruguay por 2-1

Vea todos los detalles del partido aquí

[Leer más](#)

Aún hay ESPERANZA!

Esta Noche

19h30 [Televisazo Dominical](#)

20h00 [Quién Quiere Ser Millonario](#)

21h00 [La Panadería](#)

22h00 [No-Ticias](#)

Escoja su región: [Guayaquil](#) [Quito](#) [Internacional](#)

Videos más vistos

Ecuador virtualmente eliminado tras la derrota en casa frente a Uruguay

Seguidamente se encuentra la sección **TITULARES**, cuenta con nueve notas, cinco de los cuales están en constante rotación es, en este apartado que se encuentran las 5 noticias más importantes del día, seguidas de 4 noticias estáticas. Cada uno posee su video, y/o fotografía con su respectivo texto.

Titulares

Colombia confía en aclarar tema judicial con Ecuador

El canciller de Colombia, Jaime Bermúdez, dijo este jueves que no se puede avanzar en la plena normalización de las relaciones con Ecuador hasta que se solucione el problema generado por el proceso judicial que se sigue contra de un ex ministro y un general de su país.

[Leer más](#)

Enfrentamiento entre universitarios y policías se produjeron en la Sierra

[Leer más...](#) [ver video](#)

Ecuador inaugura servicio móvil de atención a refugiados con ayuda de Corea

[Leer más...](#)

Presidente Uribe quiere normalizar relaciones con vecinos

[Leer más...](#) [ver video](#)

Miño: Empleados de Invermun exigen que se cumplan leyes

[Leer más...](#) [ver video](#)

5/5

Bajo titulares se encuentran **MÁS NOTICIAS**, que abarcan ocho noticias de las cuales les dan un rango de importancia a tres que ubican en recuadro de color azul con una imagen a

color este apartado tiene movimiento, fotografía a color, y el resto en el recuadro celeste. En toda esta sección solo aparecen los titulares, sin ninguna descripción.

Más noticias

[ver más noticias](#)



Personas no videntes trabajan en la única imprenta braille de Ecuador 

Dos bombas explotaron en distintos puntos de Guayaquil 

Correa viajó a Piura para cita con su homólogo Alan García 

- Inauguran una antigua aduana entre Ecuador y Colombia como centro cultural
- Analistas califican de positivo plan de incentivos anunciado por el Régimen
- Supuesto miembro del cartel del Norte del Valle, recluido en penal de Ecuador
- Candidato a presidente de Chile se reunirá con Rafael Correa
- Congreso analizará educación superior y gestión del conocimiento

A continuación, **DEPORTES**, con iguales características que las anteriores y el mismo numérico de noticias.

Deportes

[ver más noticias](#)



Emelec descarta sumar una segunda derrota en la Liguilla

Previa: Deportivo Cuenca hará valer su condición de local ante Olmedo

Llegan más elogios del Manchester United para Tofiño Valencia

LO ÚLTIMO, con distribución de cuatro noticias de farándula o personajes del canal. Cada uno de ellos posee imagen a color con pequeño resumen que puede ampliarse y puede verse el video correspondiente.

Lo último



Conozca a Nikki Mackliff, la 'supernova' del pop rock ecuatoriano

Entrevista de Gente a la joven cantante guayaquileña

[Leer más...](#) [ver video](#)



Hoy, el lanzamiento más esperado: Windows 7

"Más rápido, más fácil de usar, más seguro y tremendamente innovador". María Garaña, presidenta de Microsoft Ibérica

[Leer más...](#)



Julia Roberts se enamorará perdidamente de Javier Bardem en Bali

Los actores filman su última película que ha empezado a crear altas expectativas desde ya

[Leer más...](#)



'Entre Amigos': Concierto de Alberto Plaza, Fausto Miño y Jorge Villamizar este jueves en Guayaquil

El Centro de Convenciones será el escenario del recital

[Leer más...](#) [ver video](#)

[+ ver todas las noticias](#)

NOVELAS, con tres notas con respectivo resumen, imagen y posibilidad de ampliación.

Novelas



La Otra Pasión de Mariana Ximenes...

Foto del Día: La actriz que da vida a Lara en 'La Favorita' aprovecha su tiempo libre para surfear.

[Leer más...](#)



Ya llegan los Cebollitas!!!

Estreno: Este Martes 27, a las 14h00, por Ecuavisa.

[Leer más...](#) [ver video](#)



La Favorita / Resumen del Capítulo / Miércoles 21 de Octubre

Flora viaja a Europa junto a Irene y Lara.

[Leer más...](#) [ver video](#)

En cada una de las páginas del sitio, cada sección antes mencionada viene preestablecidos los títulos a la sección correspondiente.

Sobre la parte lateral derecha está el apartado se encuentran los **ULTIMOS VIDEOS** de todo el sitio web cinco en total.



Seguido tenemos el **RANKING DE NOTAS** de las **MÁS LEÍDAS** y 2 banners de publicidad de Ecuavisa.

Ranking de Notas	
Más leídas	
1.	La Favorita / Resumen del Capítulo / Miércoles 21 de Octubre
2.	La Favorita / Resumen del Capítulo / Martes 20 de Octubre
3.	Descubre nuestra nueva sección de 'Concursos' y sus increíbles sorpresas que hemos preparado pensando especialmente en ti
4.	Con gol de Valencia, el Manchester United gana en la Liga de Campeones
5.	'Entre Amigos': Concierto de Alberto Plaza, Fausto Miño y Jorge Villamizar este jueves en Guayaquil
6.	Esta Noche: Para facilitar la salida de Donatela, Diva intercambiará su apariencia con ella
7.	Esta Noche: Yoya aceptará negociar con Rendón, luego de acordar beneficios con Amanda
8.	Llegan más elogios del Manchester United para 'Toño' Valencia

Culminando la página web, hay tres divisiones:

La primera sección es la **URNA VIRUTUAL**.



Urna virtual

¿Cree usted que será permanente el acuerdo entre los indígenas y el gobierno del presidente Correa?

☐ Sí

☐ No

[Vote](#) [Resultados](#)

La segunda **PRODUCTOS GRUPO VISTAZO** que expone a su grupo de editoriales aliados: ESTADIO, GENERACION XXI, HOGAR Y TELEVISTAZO.



La tercera **SERVICIOS**, que cuenta con Defensor del televidente, Denuncias, Suscripción RSS, Zona de descargas y canales aliados.



Y culmina en el borde inferior con:

Política de privacidad, Términos de Uso, Contáctenos, RSS y © 2009 ECUAVISA. Todos los derechos reservados. Diseño y Desarrollo Ocitel S.A.

2.4 APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Se han aplicado Tablas Cualitativas para agrupar información de Ecuavisa y Canal RCN, entre los parámetros que se ha analizado están:

1. Contenidos informativos
2. Recursos audiovisuales y multimedia
3. Hipertextualidad
4. Área de participación de lectores
5. Producción en servicios web 2.0
6. Personalización y acceso de la información
 - a) Adaptación de contenidos a las demanda/ necesidades de los lectores
 - b) Recuperación, almacenamiento y distribución de contenidos
7. Servicios
 - a) Servicios comerciales
 - b) Información servicios
 - c) Información ocio
 - d) Información institucional

Con respecto a contenidos informativos, en el ítem información noticiosa RCN contiene Último minuto, portales verticales; en Ecuavisa y portales verticales no tan amplios como los presenta RCN.

En cuanto a recursos audiovisuales y multimedia, en el ítem audio, video y gráficos animados RCN presenta Galería animada de noticias, Fotogalería, video on demand, video on streaming pero con señal para Colombia; en Ecuavisa hay Galería animada de noticias y video on demand.

Con respecto a la hipertextualidad RCN maneja enlaces relacionados pero no en todas las noticias; Ecuavisa no presenta ítems que se encuentran dentro de hipertextualidad.

En participación de lectores, RCN tiene formulario de contactos, foros, sondeos de opinión, comentarios, votación de notas, en ítem reportería de notas permite envío de notas de los usuarios que pueden incluir videos; en Ecuavisa tienen listados de contactos con el canal, Urna virtual, Votación de notas, envío de denuncias.

Sobre producción en servicios web 2.0, RCN tienen presencia en Twitter con contenidos propios y titulares, además tiene integrada en la página principal síguenos ahora con twitter; Ecuavisa no hay uso de herramientas web 2.0, sólo permite compartir la noticia con diferentes redes sociales como facebook, delicious, menéame, digg, entre otros.

En torno a personalización y acceso a la información, RCN en el ítem a, sólo permite hacer página de inicio, posee portada corta y larga y ventana de últimas noticias pero no en página principal, en noticias permite acceder a una versión html, versión bilingüe en el caso de Colombianews. En el ítem b, presenta barra de navegación, buscador, mapa de sitio, las noticias pueden ser impresas.

Por otro lado Ecuavisa, en el ítem a, posee portada corta y larga, ventana de Últimos Videos, noticias tienen versión html, PDF, además permite ampliar y reducir el tamaño de la letra. En el ítem b, tiene barra de navegación, buscador, hemeroteca en noticiero en línea, ranking de noticias, RSS, reenvío de notas por correo electrónico o redes sociales y las noticias pueden ser impresas.

En referencia a los servicios, RCN provee publicidad de sus propios productos televisivos, promociones, pronóstico meteorológico, concursos, horóscopo, programación de televisión, sorteos, información institucional e información para anunciantes; Ecuavisa hace publicidad comercial de telefonía Porta, adicional hay promociones, programación de televisión, suscripción RSS, zona de descargas, denuncias y concursos.

2.4.1 TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA CANAL RCN

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real)	NO	LIBRE ACCESO
Urgente	NO	
Último MINUTO	SI, EN NOTICIAS DE ULTIMA HORA Y QUE TRASCENDENTALES	
Coberturas móviles	NO	
Especiales (tipo reportaje)	NO	
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	NO	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	SI, EN LA PARTE INFERIOR SE PUEDE ENCONTRAR ESTOS PORTALES POR EJEMPLO ECONOMIA, CAZANOTICIAS	LIBRE ACCESO

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	SI, DE LAS TRES EMISIONES NOTICIOSAS	LIBRE ACCESO
Fotogalerías	SI, HAY LA PRESENCIA DE 5 MEJORES FOTOGRAFIAS DE ACUERDO A LA FECHA QUE SE CURSA, ESTE ESPACIO SE LLAMA VIDEOGALERIA	LIBRE ACCESO
Foto – móvil	NO	
Audiogalería	NO	
Audio <i>on demand</i>	NO	
Audio <i>on streaming</i>	NO	
Video <i>on demand</i> <i>ESTAN AHÍ PARA QUE UNO SELECCIONE</i>	SI, TIENE LA POSIBILIDAD DE VER LAS EMISIONES TRANSMITIDAS EN EL DIA	LIBRE ACCESO
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	SI, PERO CON SENAL SOLO PARA COLOMBIA	RESTRINGIDO
Video móvil en vivo	NO	
Gráficos animados / interactivos	NO	
Mapas interactivos	NO	
Infografías animadas	NO	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) CONTENIDO		
Enlaces relacionados	SI, PERO NO EN TODAS LAS NOTICIAS, SOLO EN ALGUNAS	LIBRE ACCESO
Enlaces intra – texto	NO	
Enlaces internos	NO	
Enlaces externos	NO	
Diarios	NO	
Sindicación de noticias	NO	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos -Formulario - Lista de emails periodistas Foros Sondeos de Opinión Comentarios Votación de notas Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i> Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	SI SI, SE MUESTRA EN EL ICONO DE QUIENES SOMOS EL EQUIPO DE TRABAJO EN RED. SI, CON INFORMACION PROFESIONAL SI SI SI, NO NECESITA ESTAR REGISTRADO PERO SI NECESITA LLENAR UN RECUADRO CON NOMBRE, CORREO ELECTRONICO, CIUDAD, INGRESAR EL COMENTARIO, DIGITAR UN NUMERO QUE LE INDICAN Y ENVIAR SI, AQUÍ LO DENOMINAN RATING NO NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO EN LA PAGINA LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	SI, EN SECCION CAZANOTICIAS SI DESEA SE PUEDE ENVIAR INFORMACION CON VIDEO NO	LIBRE ACCESO
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	NO	

Producción en Servicios Web 2.0		
a) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción
Bitácora /blogs Podcast Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	NO	
Presencia en Flickr	NO	
Vídeo (Canal en Youtube)	NO	
Wiki	NO	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil	SI SI NO SI NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Contenido de Enlaces Favoritos	SI, EN PORTALES FAVORITOS	LIBRE ACCESO
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	No, SOLO PERMITE HACERLE PAGINA DE ACCESO	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	- Portada larga/corta: SI, se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. Ventana de "Últimas noticias": SI, pero como ventana no es incorporada en la página principal, debido a que se abre esta ventana al desplegar las noticias de la página principal más bien se señala la noticia en el recuadro de noticias importantes con frase en rojo," último minuto.	LIBRE ACCESO
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	SI NO NO NO SI SI, EN INGLES Y EN CON VIDEO EN COLOMBIANEWS	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Ampliar/reducir el tamaño de letras	NO	
Ediciones para discapacitados	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	SI	LIBRE ACCESO
Buscador	SI, ES SIMPLE Y SE DEBEN PONER TEMA EN BUSQUEDA, Y SALDRA EL LISTADO RELACIONADO AL TEMA Y SI TIENE SUERTE EL TEMA QUE BUSCA	LIBRE ACCESO
Hemeroteca	NO	
Mapa del sitio	SI, EN LA PARTE INFERIOR BAJA	LIBRE ACCESO
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	NO	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado	NO	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	NO	
RSS	NO	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	NO	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	NO	
Reenvío de noticias a redes ociales	NO	
Noticias pueden ser impresas	SI, EN ICONO PARTE INFERIOR DE LA NOTICIA	LIBRE ACCESO

SERVICIOS		
a) Servicios comerciales		
Publicidad	SI, PERO SE HACE PUBLICIDAD DE SUS PROPIOS PRODUCTOS TELEVISIVOS	LIBRE ACCESO
Tienda virtual	NO	
Avisos clasificados	NO	
Promociones	SI, PREVIO REGISTRO	LIBRE ACCESO
b) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	SI	LIBRE ACCESO
Transporte público / carreteras	NO	
Programación TV	SI	
Programación radio	NO	
Carteleras espectáculo, agenda	NO	
Directorios	NO	
c) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	NO	
Concursos	SI	LIBRE ACCESO
Archivos de música / vídeo / animaciones	NO	
Horóscopo	SI	LIBRE ACCESO
Humor	NO	
Sorteos	SI	LIBRE ACCESO
d) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	SI	LIBRE ACCESO
Información para anunciantes	SI	LIBRE ACCESO
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	NO	
Reenvío de noticias a redes sociales	NO	
Noticias pueden ser impresas	SI, EN ICONO PARTE INFERIOR DE LA NOTICIA	LIBRE ACCESO

2.4.2 TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA ECUAVISA

A continuación, la información antes mencionada:

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No	
Coberturas móviles	No	
Especiales (tipo reportaje)	SI, JUNTO AL LOGOTIPO DE ECUAVISA HAY REPORTAJES ESPECIALES PERO CUANDO SE DESPLIEGA LA NOTICIA APARECE ESTE ICONO AL COMIENZO EN LUGAR DE LA PUBLICIDAD	LIBRE ACCESO
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	NO	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	SI, PERO DE MANERA LIMITADA COMO TITULARES (EN GENERAL), MAS NOTICIAS, DEPORTES	LIBRE ACCESO

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	SI, PERO NO LO DENOMINAN NOTICIERO EN LINEA, Y CONTIENE COMO UN COMPENDIO DE NOTICIEROS QUE SE EMITEN: TELEVISTAZO, CONTACTO DIRECTO, TELEVISTAZO SABATINO. SOLO DEL MES ACTUAL NO PASADOS.	LIBRE ACCESO
Fotogalerías	NO	
Foto – móvil	NO	
Audiogalería	NO	
Audio <i>on demand</i>	NO	
Audio <i>on streaming</i>	NO	
Video <i>on demand</i>	SI	LIBRE ACCESO
Video <i>on streaming</i>	NO	
Video móvil en vivo	NO	
Gráficos animados / interactivos	NO	
Mapas interactivos	NO	
Infografías animadas	NO	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) CONTENIDO		
Enlaces relacionados	NO	
Enlaces intra – texto	NO	
Enlaces internos	NO	
Enlaces externos	NO	
Diarios	NO	
Sindicación de noticias de otros medios	NO, SÓLO DE ESTE MEDIO	LIBRE ACCESO

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el MEDIO -Formulario Foros	SI, TIENE EL LISTADO DE DEPARTAMENTOS. AL INGRESAR A CADA DEPARTAMENTO, SE TIENE EL/LOS ENCARGADO Y SU RESPECTIVO EMAIL NO	LIBRE ACCESO
Comentarios	NO	
Votación de notas	SI, HE INMEDIATAMENTE VANSUMANDOSE EN LOS RESULTADOS	LIBRE ACCESO
Entrevistas <i>online</i>	NO	
Consultorio <i>online</i>	NO	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	NO, SOLAMENTE SE ENVIAN DENUNCIAS PARA LO CUAL NECESITA NOMBRE, EMAIL, PROVINCIA, DIRECCION Y ESCRIBIR EL MENSAJE. NO SE PUEDE COMPROBAR SI UTILIZAN ESTA INFORMACION DENTRO DE PÁGINA WEB.	
Integración de contenido de redes sociales externas		
- Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	NO	

Producción en Servicios Web 2.0		
a) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast Video blogs Foto – blogs Mo blogs Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas Presencia en Flickr Vídeo (Canal en Youtube) Wiki	 NO NO NO	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil	 NO	
Contenido de Enlaces Favoritos	SI, DE CANALES ALIADOS: CARACOL TELEVISION, RCTV, ATV, TELEFE, UNITEL, TV AZTECA, MONTECARLO MEGA. CON CONEXIÓN DIRECTA AL CANAL WEB Y ALIADOS EDITORIALES COMO REVISTA ESTADIO, HOGAR,ETC,	LIBRE ACCESO
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	NO, SOLO PERMITE COMPARTIR LA NOTICIA CON FACEBOOK, DELICIOUS, ETC	LIBRE ACCESO

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	NO	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida en la página principal. - Ventanas Últimos Videos: se dispone últimos videos que suben cuando hay nueva información.	LIBRE ACCESO
Versión html (solo texto)	SI	LIBRE ACCESO
Versión en PDF	SI	LIBRE ACCESO
Versión para móviles	NO	
Versiones regionales / locales	NO	
Versiones bilingüe	NO	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	SI, AL ABRIR LA NOTICIA TIENE ICONO A+ A- QUE PERMITE AMPLIAR Y REDUCIR EL TAMANO DE LAS LETRAS	LIBRE ACCESO
Ediciones para discapacitados	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	SI, PARTE SUPERIOR CON INCIO,NOTICIAS, DEPORTES,NOVELAS, PROGRAMACION, ECUAVISA INTERNACIONAL Y CONTACTENOS	LIBRE ACCESO
Buscador	SI, SE PUEDE BUSCAR POR PALABRA UNITARIA, POR FRASE, LO MAS RECIENTE, LO MAS ANTIGUO	LIBRE ACCESO
Hemeroteca	SI, EN NOTICIERO EN LINEA PERO SOLO DEL MES QUE SE CURSA.	LIBRE ACCESO
Mapa del sitio	NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Nube de Tags	NO	
Ranking de noticias	SI	
Lo más visto	SI, EN LO MAS LEIDO POR CUANTO FUE MAS VOTADO	
Lo más votado	NO	
Lo más comentado	NO	
Lo más enviado	NO	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>		
- alertas de última hora		
- boletines diarios	NO	
- newsletter semanales		
<i>Suscripción al celular</i>		
Noticias vía SMS al móvil		
RSS	SI	LIBRE ACCESO
Widgets	NO	
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	SI	LIBRE ACCESO
Reenvío de noticias a redes sociales	SI, CON BOTONERA A FACEBOOK, MENEAME, TWITTER. DELICIOUS,FURLNET,REDDIT, TECHNORATI,DIGG	LIBRE ACCESO
Noticias pueden ser impresas	SI	LIBRE ACCESO

SERVICIOS		
a) Servicios comerciales		
Publicidad	SI, EN LA PAGINA PRINCIPAL Y JUNTO AL LOGOTIPO ECUAVISA DE TELEFONIA PORTA Y EN LOS CONTORNOS HAY PUBLICIDAD DE NOVELAS, PROGRAMAS QUE SE PRODUCEN EN ECUAVISA	LIBRE ACCESO
Tienda virtual	NO	
Avisos clasificados	NO	
Promociones	SI, PARA PARTICIPAR EN PROGRAMAS CONCURSOS	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
a) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	NO	
Transporte público / carreteras	NO	
Programación TV	SI	LIBRE ACCESO
Programación radio	NO	
Carteleras espectáculo, agenda	NO	
Directorios	NO	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	NO	
OTROS	SUCRIPCION RSS FECHA, HORA	LIBRE ACCESO

b) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	NO	
Concursos	SI	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
Archivos de música / vídeo / animaciones	SI	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
Horóscopo	NO	
Humor	NO	
Sorteos	NO	
Otros	ZONA DE DESCARGAS	SE NECESITA ESTAR REGISTRADO Y LUEGO LIBRE ACCESO
c) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	SI, EN CONTACTENOS,	LIBRE ACCESO
Información para anunciantes	NO	

CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

3.1 PERIODISMO PARTICIPATIVO

El periodismo participativo permite tener una imagen de lo que está pasando en el entorno social desde el ámbito participativo, colaborativo y crítico. Es por tanto que “los ciudadanos se han convertido en vigilantes de los medios” para evaluarlos.

En Ecuavisa según Emilio Carrión, sí existe espacios para que la ciudadanía se exprese, y haga llegar sus opiniones a las diferentes producciones del canal, al defensor del televidente y la pagina web en sí.

Además, aún no se hace evidente la participación del ciudadano como Ecuavisa quisiera, sin embargo, están preparando espacios de participación propios de la web para que constituyan contenidos de la misma en un futuro mediano e inclusive utilizarían herramientas web 2.0 para recibir opiniones y están en planes de aplicar blogs de tipo noticiosos y deportivos.

Por ahora con lo que cuentan son con denuncias y contáctenos. En relación a si son o no tomadas en cuenta las sugerencias y comentarios de los usuarios Carrión menciona “Somos muy abiertos a recibir e implementar las sugerencias y opiniones de los usuarios, en la medida que no se contrapongan con la línea editorial, que estén dentro de nuestras posibilidades, y que supongan un avance para el Sitio”.

Además, como elementos para propiciar la participación de los usuarios están las encuestas, concursos y votos de notas

Por otro lado el sitio, no cuenta con Foros, no hay espacio para comentarios en las noticias, no existe entrevistas ni consultorio on line, no existe reportaría ciudadana y al no disponer de herramientas web 2.0, no hay integración de contenidos en las redes sociales externas.

Por otra parte Canal RCN, en este ámbito el o los usuarios vienen a jugar un papel muy relevante mediante la participación y el suministro de la información. RCN abre sus puertas a la participación de los usuarios, un primer paso fue abrir sitios de conexión o contacto con el medio, para lo cual el usuario disponen del listado del personal que trabaja en la red, con quienes se puede contactar y a quienes se puede remitir información.

Las herramientas que denotan la participación según Vecino son los correos que se reciben, las estadísticas de visitas, existen secciones en las cuales participan tales como: Defensor del televidente, El Patrullero RCN, Comentarios en las noticias, Cazanoticias, en este último por ejemplo, el usuario puede subir una denuncia con video convirtiéndose en un reportero ciudadano.

A este tipo de informaciones que proporciona la ciudadanía se realiza el respectivo seguimiento acotó Vecino. Ya que las ideas, opiniones, sugerencias son importantes para la labor periodística de RCN.

RCN también da cabida a los Foros previo registro, también hay sondeos de opinión que son de libre acceso, además hay espacios destinados para comentario para lo cual necesita llenar un recuadro con el nombre, correo electrónico, ciudad, comentario y digitar un código y posterior a ello enviar, Hay votación de notas para los usuarios.

Pese a esta participación, no se observa la inclusión de un espacio exclusivo para quienes emiten informaciones o al menos se desconoce si ingresan textos escritos de algún usuario.

3.2 COMUNICACIÓN MOVIL

Dentro de la Comunicación Móvil el tipo de contenidos que se distribuyen a través de los dispositivos móviles muestra la movilidad dentro del sistema de información periodística. Así mencionan Aguado y Martínez "... la integración del dispositivo móvil en la rutina profesional del informador se preconfigura como una extensión natural de las destrezas tecnológicas propias del medio online, con un componente añadido de capacidad de gestión..."*

Se determina que Ecuavisa.com no utiliza Comunicación Móvil, por cuanto la información que suben al sitio está basado en las Noticias que se desprenden del Noticiero de Ecuavisa, es decir que no son quienes generan la noticia sino la reproducen y la adaptan al medio digital. No tienen presencia de foto móvil y video móvil.

En CanalRCN no utiliza coberturas móviles, ya que las notas son tomadas de las emisiones de noticias las cuales son transcritas y hechas corrección de estilo para internet, de la misma manera se editan notas de video y de fotografías. No utilizan foto – móvil, video móvil en vivo dentro de este apartado.

3.3 PLATAFORMAS

La plataforma utilizada por Ecuavisa.com es Joomla, la cual le permite administrar documentos y otros contenidos de forma cooperativa y eficiente; en cuanto al movimiento de las notas en el frontpage no utilizan el flash por cuanto es muy pesado menciona Franklin Azogues Webmaster de Ecuavisa.com.

En la parte superior se encuentra la barra de navegación con Inicio, Noticias, etc. Cuando el usuario selecciona una categoría, aparece de manera resumida la nota, el usuario tiene la oportunidad de ampliarla, allí aparecen datos como la hora y la fecha que fue actualizada esa información, además le brinda la oportunidad de agrandar el tamaño de las letras, compartir la noticias con Facebook, digg, furlnet entre otros, al respecto nos comenta Carrión la importancia de que los usuarios puedan hacer uso de la información y puedan replicar en las redes sociales. Además la noticia puede ser impresa y bajada en versión en PDF.

En cuanto a los servicios que ofrece el sitio web, según Carrión no hay servicio más que el de la información, por lo cual lo llama un sitio modesto. Sin embargo se pudo constatar que ofrece aparte de servicios informativos, *servicios comerciales*, junto al logotipo de la portada encontramos publicidad de telefonía Porta y publicidad institucional como refuerzo a los productos de Ecuavisa. *Información servicios*, que cuenta con la programación de acuerdo a la región, Buscador de noticias conforme a lo más reciente, lo más antiguo, etc con tan solo escribir una palabra o frase en relación a lo que busca y para Suscripción RSS. En *Información Ocio*, se encuentran concursos, zona de descarga de pistas de novelas, wallpapers y por último información institucional. Todos estos servicios señalados se los encuentra en el sitio web, y no con estas categorías pues sólo hacen referencia.

CanalRCN emplea Plataformas de la casa Adobe, así utilizan Photoshop para imágenes, Dreamweaver para armar la página y Flash para ver animaciones según informa Diego Jordán Diseñador de la Página web RCN.

Los servicios que ofrecen son publicitarios de productos producidos en el canal, promociones, pronóstico meteorológico, programación de televisión, concursos, horóscopo, sorteos.

3.4 CARACTERÍSTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

En cuanto a la hipertextualidad, Ecuavisa, en su contenido no utiliza enlaces relacionados, enlaces intratexto, enlaces internos, enlaces externos ni sindicación de noticias de otros medios. Sólo en la página principal, se cuenta con hipervínculos que dicen: leer más, ver video, ver más noticias. Y se puede hacer un enlace externo con canales aliados. Entonces el lector no puede interactuar con el hipertexto porque lo que le ofrece es un texto estático y que de alguna manera si el usuario, no quiere leer tan solo hace un clic sobre el video, lo mira y saca sus conclusiones, sin poder extender y satisfacer su necesidad de relacionar con mas información que se refiera al asunto el usuario tiende a abandonar esta nota acabada la lectura, ya que no hay más noticias que se relacionen. Por lo tanto el usuario que desee ver otra noticia de la página principal tiene dos opciones presionar sobre la tecla atrás o presionar en la barra de navegación inicio para continuar con el orden de noticias presentadas al inicio.

El hipertexto de RCN en contenidos, los enlaces relacionados los encontramos al finalizar el relato de la noticia, cabe mencionar que no están en todas, el contenido no tiene enlaces intra- texto, enlaces internos, enlaces externos ni sindicación de noticias otros medios. Pero si está acompañado de video. Entonces la libertad de acceder a una noticia por distintas vías, por distintos hipervínculos se encuentran limitados. Tan solo en la página principal hay hipervínculos para ampliar la noticia, ver fotografías y ver videos.

En este aspecto de combinar texto/video sí cumplen con ser un multimedio, ya que además cuentan con galería animada de noticias, fotogalerías, video on demand, video on streaming, éste último está restringido ya que solo tiene señal para Colombia.

En torno a la multimedialidad, Ecuavisa conjuga el texto con el video, además presenta una galería de noticias animadas del Noticiero en línea con video on demand.

En torno a contenidos informativos, cuentan reportajes especiales y portales verticales limitados o centrados en Titulares, Más Noticias, Deportes, Lo último y novelas todas con libre acceso.

En cuanto a recursos Audiovisuales y multimedia, hay la presencia de una galería animada de noticias que la denominan *Noticiero en línea* lo cual viene hacer un compendio de los noticieros del día y sólo del a mes que se cursa. Con video on demand para cuando el usuario lo necesite y son de libre acceso, pero la información se actualiza automáticamente cada mes.

Dentro de este ámbito no hay fotogalerías, foto - móvil, audiogalerías, audio y video on demand y on streaming, video móvil en vivo, gráficos animados, mapas interactivos e infografías animadas. Sin embargo dentro del manejo de la imagen tenemos 52% fotografías a color y 48% videos los mismos que sirven de apoyo al texto.

En torno a la inmediatez Ecuavisa y RCN al transmitir la información que se presentan en sus noticieros, esperan a que se reproduzcan para inmediatamente subirlas a la red previa edición.

3.5 SALAS DE REDACCION

En relación a la integración de las **salas de redacción**, según Carrión mal podría hablarse de una integración de la sala de redacción web, ya que solo cuentan con un número reducido de colaboradores. Así, la única persona que se integra es el redactor de noticias.

La integración de las salas de redacción permite el continuo flujo de la información de ahí que los temas que tienen preponderancia son de índole político (26%), seguido de deportes(26%), entretenimiento(22%), sociedad(20%) y economía (6%). Todo esto basado en fuentes directas(58%), fuentes institucionales publicas internacionales (38%) y privadas nacionales (4%) y en su redacción utilizan cibergéneros como: noticia(85%), crónica(12%), reportaje (2%) y entrevistas(1%).

Los géneros periodísticos son estructurados de la misma manera que en el medio tradicional, la diferencia radica en la extensión. En torno a los cibergéneros utilizados en Ecuavisa están: Noticias, crónica, reportaje y entrevistas y según menciona Carrión “al ser Ecuavisa.com un medio bastante más pequeño de lo que parece, entonces la noticia como tal -que es su prioridad- ya que agota casi todos los recursos y no nos deja casi espacio para cultivar otros géneros periodísticos. Pero todos los géneros tienen cabida en la Web”.

En el caso RCN según Vecino, sí existe una integración de las salas de redacción tradicional y on line, pues ellos participan de los Consejos de Redacción del Noticiero de TV y mantienen contacto directo con los jefes de emisión de cada noticiero y con los periodistas que desarrollan las informaciones.

Así que la ventaja que genera esa integración es estar actualizados, conocer las líneas editoriales por las cuales rige el noticiero y tener conocimiento claro de las informaciones que se están generando.

El uso de las tecnologías ha involucrado el hecho de tener una página actualizada que brinde más y mejor información a los usuarios.

Es importante mencionar que cada uno se capacita en el uso de nuevas herramientas en el internet, además que refuerzan los conocimientos de la redacción, ortografía y busca potenciar capacidades en materia de periodismo digital.

En cuanto a los parámetros que considera Hugo Vecino de www.canalrcn.com para redacción de una noticia en la web tenemos:

- No publicar palabras que resten actualidad
- Títulos cortos, concisos e impactantes
- Lead con la mayor información para que enganche al lector
- Pie de fotos que brinde un complemento a la información
- Una correcta transcripción de las opiniones de los entrevistados
- Párrafos cortos para una rápida lectura
- Tratar que los textos no tengan más de 2 scroll's

En el caso de RCN los temas a los que dan prioridad van en relación a sociedad (18%) quedando política(17%) en segundo lugar y seguidos por entretenimiento (11%), internacional (9%), patrullero RCN (9%), deportes (8%), lo bueno es noticia (6%), cazanoticias (6%), salud (5%), economía (5%), curiosa e insólitas (4%) mundo digital (6%). Mediante esta temática el usuario se da cuenta de la gama de secciones de las cuales dispone la página web.

Los temas se basan en fuentes directas (100%) y a la información la moldean a través de géneros como noticia(96%), crónica (3%) y reportaje (1%). Cabe la estructura de cada género en lo digital es igual al del medio tradicional.

3.6 ACCESIBILIDAD DE CONTENIDOS

Para culminar los términos de accesibilidad se determinan en relación al cumplimiento con las leyes heurísticas, así:

En la primera ley, que está en relación al logotipo y éste con el enlace en la página de inicio. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la segunda ley, que está relacionada a la actualización regular del contenido. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la tercera ley, que está en relación con el menú en un área visible. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la quinta ley, que está relacionado con la ubicación del logotipo en la esquina izquierda superior. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la sexta ley, que va en relación con la distribución del contenido de manera organizada. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la séptima ley, con relación a las imágenes que deben contar con un pequeño texto descriptivo. Ecuavisa no cumple con esta ley, en tanto que Canal RCN si cumple.

La octava ley, que está con relación con los títulos de paginas diferentes. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la novena ley, que va en relación al nombre de la página y su relación con la marca de la empresa. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décima ley, va en relación en la rapidez con la que carga el sitio. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décima primera ley, que va en relación al empleo de imágenes pequeñas para su pronto descargue. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décima segunda ley, va con relación a la adaptación del diseño del sitio en diferentes resoluciones. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décima tercera ley, en donde el sitio debe ser por browsers alternativos. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décima cuarta ley, en cuanto a las fuentes tipográficas comunes para los usuarios. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

En la décimo sexta ley, se debe evitar vínculos tales como click aquí. Ecuavisa no cumple en tanto que RCN sí.

De la décimo séptima a la vigésima ley que van en relación al uso de ventanas pop ups, a la utilización framesets, al empleo de plantillas en formato estándar y la utilización de estilos CSS. Tanto Ecuavisa como Canal RCN cumplen.

CONCLUSIONES

- La falta de una estructura organizacional bien definida en los medios digitales provocan que sus componentes no asuman su responsabilidad, deberes y funciones en los nuevos desafíos que enfrentan los medios de comunicación.
- Por falta de herramientas web 2.0 en los medios de comunicación digital no existe un verdadero espacio interactivo de participación ciudadana.
- La falta de capacitación del personal sobre el manejo de las herramientas web 2.0 genera el encasillamiento dentro de una filosofía estática, que obstaculiza el cambio en el pensamiento del comunicador social.
- Los contenidos que se manejan en la página web del medio nacional (Ecuavisa) son de carácter formal y no dan cabida a temas que se relacionen directamente con la comunidad contrario de lo que acontece en el medio internacional (RCN).

RECOMENDACIONES

- Se debe definir una estructura organizacional clara, la que permita diseñar un plan de trabajo ambicioso y de largo plazo, aceptando las nuevas exigencias y misiones en los nuevos desafíos a los cuales se enfrentan los medios de comunicación.
- La aplicación de herramientas web 2.0 en los medios de comunicación digital permitirá el diálogo fluido entre la sociedad y los medios, con lo cual la sociedad se vuelve generadora - proveedora de información, así como evaluadora de la información que se emiten a través de los medios.
- La capacitación sobre la utilización de las herramientas web 2.0, permitirá el correcto uso y aplicación en el entorno virtual. El periodista al convertirse en un mediador digital capacitado generará interacción en el medio digital.
- Se deben incluir espacios en la página web para que la comunidad pueda interaccionar con temas relevantes que surjan desde este ámbito de manera que pueda evidenciarse equidad informacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Agoniza la televisión tradicional. *Chasqui* 84. Recuperado 5 de agosto 2009 de <http://chasqui.comunica.org/content/view/560/142/>
- Anderson, Paul. *What is Web? Ideas Techonologies and implications for education*. Recuperado el 6 de julio de 2009, de <http://www.eduteka.org>
- Buitrón, Rubén (2005, junio). *Nuevos desafíos en las salas de redacción*. Revista Chasqui 90
- Canavilhas, Joao (2007) Webnoticia, Propuesta de modelo Periodístico para la WWW www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf
- Comunicación Positiva, *Herramientas y programas protagonistas de la web 2.0*. Recuperado el 6 de julio de 2009, de <http://www.comunicacionpositiva.es>
- De Zárraga, José Luis. *Los Medios de Comunicación en Internet* .Recuperado el 23 de julio de 2009, de <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>
- Ecuavisa. Recuperado septiembre de 2009 en <http://es.wikipedia.org/wiki/ecuavisa>
- Gutiérrez, Fernando. Paradigmas del cambio tecnológico. Encuentros Periodismo Digital.

- Hernandez A. y Ezpinoza K.(2008, 14 junio) El periodismo digital tomó el auditorio de la UFT. Recuperado el 28 de octubre 2009 en [http: //interactivosuft.wordpress.com/](http://interactivosuft.wordpress.com/)
- López, Neréida y Tapia, Alicia (2007). Gestión de contenidos audiovisuales en la televisión de hoy. *Revista Signo y Punto* 50 .
- Olivares, Paco (2008, marzo).*Los no periodistas en medios digitales*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui 101.
- Orihuela, José Luis (2003) El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad. Chasqui 83, recuperado, el 18 de julio de 2009 en www.chasqui.comunica.org/83/orihuela83html
- ¿Qué es un medio nativo digital? 1 de octubre de 2008. Recuperado 2 de julio de 2009, de <http://kremaster.blogspot.com/2008/10/qu-es-un-medio-nativo-digital.html>
- Torres, Carlos (2007) La estética de la web; del hipertexto al hipermedia. *Revista Signo y Punto* 50.
- Wecker John y Adeney Douglas. Propiedad Intelectual *Ética Informática y de las ciencias de la información*, Editorial Fragua, Madrid 2000.

- <http://www.canalrcn.com/noticias/>
- <http://www.ecuavisa.com/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuavisa>
- http://es.wikipedia.org/wiki/RCN_Televisi%C3%B3n

ANEXOS

ENTREVISTAS

(IMPRESAS)

ENTREVISTA ECUAVISA

ECUAVISA

Nombre: Emilio José Carrión

Cargo: Jefe del Sitio Web Ecuavisa

Fecha: Octubre 15 de 2009

- Señale las diferencias de los contenidos de ECUAVISA.COM en relación al medio tradicional.

Ninguna. Tanto Ecuavisa como Ecuavisa.com manejan la misma línea editorial, y comparten las noticias más importantes en general, las diferencias se manejan un poco en las 'otras noticias', en donde en Ecuavisa.com no registra hechos de crónica roja -por ejemplo- a menos que sean realmente trascendentes, ni noticias muy locales porque pensamos siempre en cosas que sena de interés para la gente que nos visita en Ecuador, pero también fuera del país.

- Cuál es el criterio de selección de la información para la página Web del medio.

Interactividad, multimedialidad, hipertextualidad.

Ecuavisa.com es, por definición, un multimedios, o al menos trata de serlo. También trabajamos siempre en generar interactividad en todo lo que hacemos, pero la información no se selecciona bajo estos parámetros sino bajo parámetros estrictamente periodísticos como la relevancia de la información, el interés común, etc.

- ¿Qué recursos cree usted que se presentan más en su medio el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación el video y el sonido?

El principal recurso es el texto, es la base la página y de todo nuestro trabajo, texto acompañado de fotografías, siempre, siempre. No obstante, como Web de estación de televisión que somos, para nosotros el video es muy muy importante, y tratamos de tenerlo en la mayor cantidad de notas posibles. La nuestra es una página muy visual.

- ¿Su medio ha podido determinar cuál es la preferencia del lector?

Sí. En nuestro caso, regularmente nuestros usuarios prefieren las noticias y los adelantos y resúmenes de las novelas, pero las transmisiones deportivas también rompen los récords de visitas siempre.

- ¿Cuál es el procedimiento que se toma con las denuncias que envía la comunidad?

El procedimiento es bastante sencillo en realidad, ya que Ecuavisa.com no tiene un equipo de investigación o de reportería, entonces lo que hacemos es que recibimos todas las denuncias y las derivamos al personal de Noticias, para que sea el Noticiero el que se encargue de dar seguimiento a las denuncias.

¿ Qué parámetros utilizan y pueden servir para determinar el perfil exacto de los consumidores de información?

Tenemos dos parámetros: el primero es nuestro propio registro de usuarios, el cual nos permite saber no todo pero lo más importante de las personas que habitualmente ingresan a nuestro sitio, y el segundo es las estadísticas que nos proporciona Google Analytics de nuestro sitio, que son bastante completas en lo que se refiere al perfil de la gente que está entrando a nuestro sitio.

- ¿Cuenta con un manual de estilo para periodistas digitales?

No todavía; es decir, estoy elaborando uno, pero no está listo aún. Actualmente nos guiamos por convenciones básicas.

- Las noticias que se editan en su publicación cuenta con normas enfocadas a las redacción digital?

Sí, por supuesto. Nos regimos por las mismas reglas del periodismo tradicional, pero cuando plasmamos la información en la Web seguimos las normas de la redacción digital.

- Cada qué tiempo se actualiza la información.

Todos los días, entre las 08h30 y las 20h30, en promedio. En el transcurso del día la actualización es constante.

- En cuanto a las noticias en la parte inferior encontramos compartir con facebook.

meneame.com, etc., ¿cuál es el propósito?

Para nosotros es importante que nuestros usuarios puedan hacer uso de nuestra información, que la puedan replicar en las redes sociales y sistemas posibles en este momento, por eso les damos esa opción. Es una forma de interactividad, y un servicio también.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

- Los géneros periodísticos son estructurados en la Web de la misma forma como se los hace para medios tradicionales?

Existe esa posibilidad. Pero la realidad es que Ecuavisa.com es un medio bastante más pequeño de lo que parece, entonces la noticia como tal -que es nuestra prioridad- agota casi todos nuestros recursos y no nos deja casi espacio para cultivar otros géneros periodísticos. Pero todos los géneros tienen cabida en la Web.

- ¿Cuáles son los géneros periodísticos utilizados para la Web?

En este momento básicamente la noticia como tal, y en ocasiones la entrevista.

- Qué parámetros se consideran para redactar una noticia para la Web.

Exactamente los mismos que se consideran para una noticia de periódico, pero además acá se considera la extensión de la nota (lo ideal es que no sea tan larga), utilizar recursos de apoyo, relacionar notas, insertar hipervínculos, etc.

SALAS DE REDACCIÓN

- ¿Existe una integración de las salas de redacción tradicionales y on line?

Mal podría hablar de una integración de la sala de redacción Web porque Ecuavisa.com solo tiene cuatro redactores, entonces, por ejemplo, el redactor de noticias si está físicamente integrado en la sala de redacción de Noticias y en sus procesos, pero no representa una sala de redacción.

- ¿Cuál es la mayor ventaja de la integración/no integración de sus salas de redacción tradicionales y online?

La integración, el flujo de la información, el compartir los esfuerzos y los recursos.

- ¿Cómo ha cambiado el flujo de trabajo en su sala de redacción con el uso de las NTICs? (fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc.)

Pues a decir verdad no ha cambiado demasiado, solo en la agilidad para obtener la información que ahora es más rápido que antes.

- El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital.
Por supuesto. El personal está en permanente capacitación y actualización.

PLATAFORMAS

1. ¿Cuáles son las plataformas que conocen y cuáles están utilizando y les han dado mejor resultado?

Lamentablemente, esa información realmente la manejan los técnicos de la Página, no yo, pero le puedo decir que la plataforma del Sitio es php, y que en su estructura es modular, lo cual nos ha resultado mucho mejor que el sitio anterior que teníamos que no era modular.

2. ¿Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?

En realidad no tenemos grandes servicios más allá de la información, en ese sentido es un sitio más bien modesto.

3. ¿Cómo ofrece la información el sitio Web de su medio?

(X) Video (X) Audio () Boletines Electrónicos (X) Galerías (X) Texto e imágenes

OTROS(especifique) _____

4. ¿Ha creado cuentas de usuario en los servicios?

() Youtube () Flickr () Hi5 () Facebook (X) Twitter () Cover It Live
() En ninguno () Otros (especifique)

5. ¿Los periodistas de su medio poseen cuentas de usuario individuales para coberturas, en qué servicios?

() Youtube () Flickr () Hi5 () Facebook () Twitter () Cover It Live
(X) En ninguno () Otros (especifique)

6. Utiliza el teléfono celular como medio de interacción con la audiencia?
No.

7. Utiliza chat como medio de interacción con la audiencia?

No en este momento, pero estamos desarrollando uno con ese objetivo.

8. ¿Cuál es el número de usuarios que visitan su sitio Web?

Tenemos un promedio de seis mil visitas diarias,

9. ¿Realiza publicidad de sus servicios a través de Internet? Y si lo hace de qué forma?
No. La única publicidad que se realiza es a través de la pantalla de Ecuavisa.

10. ¿Estaría dispuesto a utilizar estrategias de social media para compartir su información?

Por supuesto, ese es uno de los objetivos inmediatos.

PERIODISMO PARTICIPATIVO

- ¿Existe participación ciudadana en el medio?

Existen espacios para que la ciudadanía se exprese, escribiendo su opinión a quienes hacen las diferentes producciones del canal, al Defensor del Televidente, y a nosotros mismos que hacemos la Web.

- ¿Cómo se evidencia la participación en el medio?

En realidad aún no es evidente como quisiéramos. Estamos planificando espacios de participación propios de la Web y constituyan contenidos de la misma en futuro mediato.

- ¿Qué herramientas denotan la participación?

Ninguna al momento.

- A parte de cartas al editor, qué otras herramientas se usan?

No tenemos un espacio de Cartas al Editor, tenemos un espacio de Denuncias y otro de Contactenos.

- Las herramientas 2.0 son utilizadas para recibir las opiniones, comentarios de los ciudadanos?.

No aún, pero muy pronto.

- ¿En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, opiniones, sugerencias del público?

Somos muy abiertos a recibir e implementar las sugerencias y opiniones de los usuarios, en la medida que no se contrapongan con la línea editorial, que estén dentro de nuestras posibilidades, y que supongan un avance para el Sitio.

- ¿Los blogs/bitácoras contribuyen como fuente informativa y donde se ubican si las tienen?

No, no tenemos blogs en este momento, pero estamos en planes de implementarlos. Serían blogs básicamente deportivos y noticiosos.

- Qué elementos se incluyen para propiciar la participación de los usuarios.

Encuestas, concursos, votos a las notas, etc.

Emilio José Carrión

Jefe del Sitio Web

Corporación Ecuatoriana de Televisión

Teléfono: 593-4-2562444 ext. 232

Guayaquil-Ecuador

<http://www.ecuavisa.com/>

ENTREVISTA CANALRCN

CANAL RCN

Nombre: HUGO ARMANDO VECINO

Cargo: JEFE DE REDACCIÓN INTERNET NOTICIAS CANALRCN

- Señale las diferencias de los contenidos del Canal RCN digital en relación al medio tradicional.

Las noticias publicadas en nuestro portal son tomadas de las emisiones de Noticias de Televisión del Canal RCN (7am, 12:30m, 7pm, 10.30pm). Las notas son transcritas. Se les hace corrección de estilo para internet, se editan las notas de video y las fotografías de las mismas.

- Cuál es el criterio de selección de la información para la página Web del medio.

Interactividad, multimedialidad, hipertextualidad.

Se seleccionan de acuerdo a la actualidad nacional o internacional, que sean de interés de los colombianos sin importar si son políticas, deportivas, de entretenimiento o de cualquier otra índole. Tratamos de pensar en el público que nos visita y las notas que ellos querrían encontrar en la página. Además si por algún motivo no seleccionamos una información, pero la gente nos la pide, la subimos al portal para que este disponible para ellos.

- ¿Qué recursos cree usted que se presentan más en su medio el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación el video y el sonido?

Se presentan: Texto, video y fotografía y en algunas ocasiones desarrollamos especiales multimedia. Definitivamente el video es el más importante de ellos, porque nuestros usuarios pueden repetir las veces que quieran las informaciones que hemos publicado.

- ¿Su medio ha podido determinar cuál es la preferencia del lector?

Las noticias de entretenimiento son muy bien recibidas, las informaciones de último minuto, las chivas periodísticas o informaciones exclusivas de nuestro Noticiero, las informaciones de nuestros artistas, realities, etc...

¿Qué parámetros utilizan y pueden servir para determinar el perfil exacto de los consumidores de información?

A través de las mediciones internas. En Colombia existe el EGM (estudio general de medios) que realiza un exhaustivo estudio de todos esos parámetros. Además revisamos estadísticas a través de herramientas de Google analytics y Alexa.

- ¿Cuenta con un manual de estilo para periodistas digitales?

Libro, manual como tal No, pero Sí, la experiencia nos ha llevado a tener unos parámetros establecidos de cómo escribir noticias para internet, cómo debemos enfocarlas, cómo escribirlas para que no pierdan actualidad, cómo se deben manejar las fotografías. Mantenemos una revisión diaria de estos aspectos para seguir mejorando.

- Las noticias que se editan en su publicación cuenta con normas enfocadas a las redacción digital?

Sí, el trabajo diario nos ha enseñado ese camino. Además siempre tratamos de buscar nuevas experiencias que nutran nuestro trabajo.

- Cada qué tiempo se actualiza la información. 4 veces al día. Según las emisiones de Noticias del Canal RCN. (7am, 12:30m, 7pm, 10.30pm). Además si existen informaciones de último minuto las publicamos inmediatamente.
- En cada noticia, al iniciar se puede apreciar que digitan por ejemplo: Bogotá, Colombia (RCN), Washington, EEUU (RCN) son sus fuentes, y si es así, es porque cuentan con corresponsales (fuentes directas)?

Sí, nuestro Noticiero de TV, del cual nos nutrimos, cuenta con corresponsales en las diferentes regiones del país y en algunos países del mundo.

- ¿Cómo suben la información en twitter, hay periodistas exclusivos del twitter?

La labor de Twitter es otra de nuestras nuevas responsabilidades al intentar estar siempre al lado de las nuevas herramientas que genera internet. Lo que buscamos con twitter es llegar a más usuarios para que tengan acceso a toda la información que se genera en Colombia y el mundo, que es publicada por Noticias RCN y que son de gran interés.

- ¿hay cabida para reportaría ciudadana? si la comunidad sube información, video en sección Cazanoticias se publica inmediatamente de lo contrario cuál es el procedimiento que Ud. sigue?

Secciones como el Cazanoticias, el Correcaminos o el Patrullero RCN tienen habilitados correos a través de los cuáles la comunidad se comunica. En algunas ocasiones envían por este medio sus denuncias en fotografía o video, o envían los datos para hacerle seguimiento a la información.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

- Los géneros periodísticos son estructurados en la Web de la misma forma como se los hace para medios tradicionales?

Sí.

- ¿Cuáles son los géneros periodísticos utilizados para la Web?

Reportaje

Crónica

- Qué parámetros se consideran para redactar una noticia para la Web.

No publicar palabras que resten actualidad como Ayer, hoy, en este momento, a esta hora, etc...

el uso de los alias, de las siglas, de los símbolos (%) (por ciento).

Títulos cortos, concisos y impactantes.

Lead con la mayor información posible para que enganche al lector.

Pie de fotos, que brinden un complemento a la información

Una correcta transcripción de las opiniones de los entrevistados

Párrafos cortos para una rápida lectura. Tratar que los Textos no tengan más de 2 scroll's etc...

SALAS DE REDACCIÓN

- ¿Existe una integración de las salas de redacción tradicionales y on line?

Sí, participamos de los Consejos de Redacción del Noticiero de TV y mantenemos contacto directo con los Jefes de Emisión de cada Noticiero y con los periodistas que desarrollan las informaciones.

- ¿Cuál es la mayor ventaja de la integración/no integración de sus salas de redacción tradicionales y online?

Estar siempre actualizados. Conocer las líneas editoriales por las cuales se rige el Noticiero y tener un claro conocimiento de las informaciones que se están generando.

- ¿Cómo ha cambiado el flujo de trabajo en su sala de redacción con el uso de las

NTIC's? (fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc.)

Tener una página actualizada que brinda más y mejor información a todos nuestro usuarios en el ciberespacio.

- El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital. Sí, cada integrante del equipo se capacita en el uso del software con el que trabajamos a diario, se capacita en el uso de las nuevas herramientas de internet, se refuerzan los conocimientos de redacción y ortografía y se busca potenciar sus capacidades en materia de periodismo digital.

PLATAFORMAS

1. ¿Cuáles son las plataformas que conocen y cuáles están utilizando y les han

dado

mejor resultado?

2. ¿Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?

Noticias (audio, textos y videos) nacionales e internacionales. Tenemos más de 25 secciones.

3. ¿Cómo ofrece la información el sitio Web de su medio?

(X) Video () Audio () Boletines Electrónicos () Galerías () Texto e imágenes (X)

OTROS(especifique) _____

4. ¿Ha creado cuentas de usuario en los servicios?

() Youtube () Flickr () Hi5 () Facebook () Twitter (X) Cover It Live
() En ninguno () Otros (especifique) _____

5. ¿Los periodistas de su medio poseen cuentas de usuario individuales para coberturas, en qué servicios?

() Youtube () Flickr () Hi5 () Facebook (X) Twitter (X) Cover It Live
() En ninguno () Otros (especifique) _____

6. Utiliza el teléfono celular como medio de interacción con la audiencia? No

7. Utiliza chat como medio de interacción con la audiencia? NO

8. ¿Cuál es el número de usuarios que visitan su sitio Web? Dato reservado

9. ¿ Realiza publicidad de sus servicios a través de Internet? Y si lo hace de qué forma?

10. ¿ Estaría dispuesto a utilizar estrategias de social media para compartir su información? Sí.

PERIODISMO PARTICIPATIVO

- ¿Existe participación ciudadana en el medio? si
- ¿Cómo se evidencia la participación en el medio? Correos electronicos, llamadas telefónicas
- ¿Qué herramientas denotan la participación? Correos, estadísticas de visitas, etc.
- A parte de cartas al editor, qué otras herramientas se usan? Defensor del Televidente, Cada programa de opinion, telenovelas, producciones y en general cualquiera de los productos del Canal tienen sus correos electronicos para escuchar e interactuar con los televidentes y/o usuarios del portal.
- Las herramientas 2.0 son utilizadas para recibir las opiniones, comentarios de los ciudadanos?.
- ¿En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, opiniones, sugerencias del público? Son muy importantes para nuestra labor.
- ¿Los blogs/bitácoras contribuyen como fuente informativa y donde se ubican si las tienen? NO
- Qué elementos se incluyen para propiciar la participación de los usuarios.

Invitarlos a denunciar hechos irregulares, a no quedarse callados con los abusos o hechos inapropiados y que también tienen la palabra, que sus problemas y sus informaciones son importantes para nosotros.

Hugo Armando Vecino M.

Jefe de Redacción Internet Noticias

Canal RCN

Av. de las Américas # 65 - 82

Bogotá, Colombia

Tel. (571) 4269292 ext 1383

TABLAS CUANTITATIVAS

SEMANA COMPUESTA

ECUAVISA

ECUAVISA 18 AGOSTO 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	6
Economía	0
Sociedad	7
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	20
Instituciones publicas	
Instituciones privadas	
internacionales	8
CIBERGÉNEROS	
Noticia	26
Crónica	
Reportaje	2
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	8
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	21

ECUAVISA 26 AGOSTO 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	10
Economía	1
Sociedad	6
Deportes	8
Entretenimiento	6
FUENTES	
Directas (primera mano)	17
Instituciones publicas	2
Instituciones privadas	
internacionales	12
CIBERGÉNEROS	
Noticia	25
Crónica	3
Reportaje	2
Entrevista	1
IMAGEN	
Fotografías a color	17
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	19

ECUAVISA 3 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	6
Economía	1
Sociedad	10
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	19
Instituciones publicas	
Instituciones privadas	
internacionales	13
CIBERGÉNEROS	
Noticia	32
Crónica	
Reportaje	
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	16
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	21

ECUAVISA 11 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	10
Economía	3
Sociedad	4
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	12
Instituciones publicas	2
Instituciones privadas	
internacionales	18
CIBERGÉNEROS	
Noticia	26
Crónica	5
Reportaje	1
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	20
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	22

ECUAVISA 19 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	6
Economía	3
Sociedad	8
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	23
Instituciones publicas	1
Instituciones privadas	
internacionales	8
CIBERGÉNEROS	
Noticia	25
Crónica	7
Reportaje	
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	27
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	11

ECUAVISA 27 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	11
Economía	1
Sociedad	4
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	16
Instituciones publicas	3
Instituciones privadas	
internacionales	12
CIBERGÉNEROS	
Noticia	25
Crónica	6
Reportaje	
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	32
Fotografías blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	13

ECUAVISA 28 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	NÚMERO
Política	8
Economía	5
Sociedad	4
Deportes	8
Entretenimiento	7
FUENTES	
Directas (primera mano)	20
Instituciones publicas	1
Instituciones privadas	
internacionales	11
CIBERGÉNEROS	
Noticia	27
Crónica	5
Reportaje	
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	18
Fotografías a blanco y negro	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Video	20

CANALRCN

CANALRCN 18 AGOSTO DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	7
Economía	2
Sociedad	4
Deportes	3
Entretenimiento	5
internacional	3
Lo bueno es noticia	3
Cazanoticias	2
Patrullero RCN	2
Curiosas e insólitas	
salud	
mundo digital	
ciencia y tecnología	
FUENTES	
Directas (primera mano)	31
Instituciones Públicas	
Instituciones privadas	
Documentales	
CIBERGÉNEROS	
Noticia	30
Crónica	
Reportaje	1
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	34
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

CANALRCN 26 AGOSTO DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	9
Economía	3
Sociedad	4
Deportes	2
Entretenimiento	2
internacional	3
Cazanoticias	2
patrullero	3
curiosas e insólitas	2
salud	2
mundo digital	2
FUENTES	
Directas (primera mano)	34
Instituciones Públicas	
Instituciones privadas	
Documentales	
CIBERGÉNEROS	
Noticia	31
Crónica	
Reportaje	3
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

CALNALRCN 3 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	5
Economía	1
Sociedad	6
Deportes	3
Entretenimiento	5
internacional	3
Lo bueno es noticias	5
Cazanoticias	2
Patrullero RCN	8
curiosa e insólita	1
salud	1
FUENTES	
Directas	
(primera mano)	40
Instituciones Públicas	—
Instituciones privadas	—
Documentales	—
CIBERGÉNEROS	
Noticia	40
Crónica	—
Reportaje	—
Entrevista	—
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	43
Ilustraciones	—
Caricaturas	—
Infografía	—
Fotografías a blanco y negro	—

CANALRCN 11 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	1
Economía	1
Sociedad	12
Deportes	4
Entretenimiento	4
internacional	1
lo bueno es noticia	2
Cazanoticias	2
patrullero RCN	3
curiosas e insólitas	1
salud	2
mundo digital	2
FUENTES	
Directas (primera mano)	35
Instituciones Públicas	
Instituciones privadas	
Documentales	
CIBERGÉNEROS	
Noticia	33
Crónica	1
Reportaje	1
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	41
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

CANALRCN 19 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	6
Economía	1
Sociedad	5
Deportes	2
Entretenimiento	2
internacional	3
lo bueno es noticias	2
Cazanoticias	2
curiosas e insólitas	3
salud	3
FUENTES	
Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas Documentales	29
CIBERGÉNEROS	
Noticia Crónica Reportaje Entrevista	29
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	41
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

CANALRCN 27 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	6
Economía	
Sociedad	2
Deportes	1
Entretenimiento	3
internacional	5
lo bueno es noticia	2
Cazanoticias	2
curiosa e insólitas	1
salud	2
ciencia y tecnología	1
FUENTES	
Directas (primera mano)	25
Instituciones Públicas	
Instituciones privadas	
Documentales	
CIBERGÉNEROS	
Noticia	24
Crónica	
Reportaje	1
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	29
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

CANALRCN 28 SEPTIEMBRE DE 2009	
SECCIONES	No.
Política	3
Economía	2
Sociedad	8
Deportes	2
Entretenimiento	3
Internacional	3
Cazanoticias	2
Patrullero RCN	3
Curiosas e insólitas	1
Salud	1
FUENTES	
Directas (primera mano)	28
Instituciones Públicas	
Instituciones privadas	
Documentales	
CIBERGÉNEROS	
Noticia	27
Crónica	
Reportaje	1
Entrevista	
IMAGEN	
Fotografías a color	5
Video	34
Ilustraciones	
Caricaturas	
Infografía	
Fotografías a blanco y negro	

TABLAS CUALITATIVAS

SEMANA COMPUESTA

TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA CANAL RCN

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real)	NO	LIBRE ACCESO
Urgente	NO	
Último MINUTO	SI, EN NOTICIAS DE ULTIMA HORA Y QUE TRASCENDENTALES	
Coberturas móviles	NO	
Especiales (tipo reportaje)	NO	
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	NO	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	SI, EN LA PARTE INFERIOR SE PUEDE ENCONTRAR ESTOS PORTALES POR EJEMPLO ECONOMIA, CAZANOTICIAS	LIBRE ACCESO

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	SI, DE LAS TRES EMISIONES NOTICIOSAS	LIBRE ACCESO
Fotogalerías	SI, HAY LA PRESENCIA DE 5 MEJORES FOTOGRAFIAS DE ACUERDO A LA FECHA QUE SE CURSA, ESTE ESPACIO SE LLAMA VIDEOGALERIA	LIBRE ACCESO
Foto – móvil	NO	
Audiogalería	NO	
Audio <i>on demand</i>	NO	
Audio <i>on streaming</i>	NO	
Video <i>on demand</i> <i>ESTAN AHÍ PARA QUE UNO SELECCIONE</i>	SI, TIENE LA POSIBILIDAD DE VER LAS EMISIONES TRANSMITIDAS EN EL DIA	LIBRE ACCESO
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	SI, PERO CON SENAL SOLO PARA COLOMBIA	RESTRINGIDO
Video móvil en vivo	NO	
Gráficos animados / interactivos	NO	
Mapas interactivos	NO	
Infografías animadas	NO	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) CONTENIDO		
Enlaces relacionados	SI, PERO NO EN TODAS LAS NOTICIAS, SOLO EN ALGUNAS	LIBRE ACCESO
Enlaces intra – texto	NO	
Enlaces internos	NO	
Enlaces externos	NO	
Diarios	NO	
Sindicación de noticias	NO	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos -Formulario - Lista de emails periodistas Foros Sondeos de Opinión Comentarios Votación de notas Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i> Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	SI SI, SE MUESTRA EN EL ICONO DE QUIENES SOMOS EL EQUIPO DE TRABAJO EN RED. SI, CON INFORMACION PROFESIONAL SI SI SI, NO NECESITA ESTAR REGISTRADO PERO SI NECESITA LLENAR UN RECUADRO CON NOMBRE, CORREO ELECTRONICO, CIUDAD, INGRESAR EL COMENTARIO, DIGITAR UN NUMERO QUE LE INDICAN Y ENVIAR SI, AQUÍ LO DENOMINAN RATING NO NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO EN LA PAGINA LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	SI, EN SECCION CAZANOTICIAS SI DESEA SE PUEDE ENVIAR INFORMACION CON VIDEO NO	LIBRE ACCESO
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	NO	

Producción en Servicios Web 2.0		
a) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción
Bitácora /blogs Podcast Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	NO	
Presencia en Flickr	NO	
Vídeo (Canal en Youtube)	NO	
Wiki	NO	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil	SI SI NO SI NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Contenido de Enlaces Favoritos	SI, EN PORTALES FAVORITOS	LIBRE ACCESO
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	No, SOLO PERMITE HACERLE PAGINA DE ACCESO	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	- Portada larga/corta: SI, se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. Ventana de "Últimas noticias": SI, pero como ventana no es incorporada en la página principal, debido a que se abre esta ventana al desplegar las noticias de la página principal más bien se señala la noticia en el recuadro de noticias importantes con frase en rojo," último minuto.	LIBRE ACCESO
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	SI NO NO NO SI SI, EN INGLES Y EN CON VIDEO EN COLOMBIANEWS	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Ampliar/reducir el tamaño de letras	NO	
Ediciones para discapacitados	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	SI	LIBRE ACCESO
Buscador	SI, ES SIMPLE Y SE DEBEN PONER TEMA EN BUSQUEDA, Y SALDRA EL LISTADO RELACIONADO AL TEMA Y SI TIENE SUERTE EL TEMA QUE BUSCA	LIBRE ACCESO
Hemeroteca	NO	
Mapa del sitio	SI, EN LA PARTE INFERIOR BAJA	LIBRE ACCESO
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	NO	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado	NO	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	NO	
RSS	NO	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	NO	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	NO	
Reenvío de noticias a redes ociales	NO	
Noticias pueden ser impresas	SI, EN ICONO PARTE INFERIOR DE LA NOTICIA	LIBRE ACCESO

SERVICIOS		
a) Servicios comerciales		
Publicidad	SI, PERO SE HACE PUBLICIDAD DE SUS PROPIOS PRODUCTOS TELEVISIVOS	LIBRE ACCESO
Tienda virtual	NO	
Avisos clasificados	NO	
Promociones	SI, PREVIO REGISTRO	LIBRE ACCESO
b) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	SI	LIBRE ACCESO
Transporte público / carreteras	NO	
Programación TV	SI	
Programación radio	NO	
Carteleras espectáculo, agenda	NO	
Directorios	NO	
c) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	NO	
Concursos	SI	LIBRE ACCESO
Archivos de música / vídeo / animaciones	NO	
Horóscopo	SI	LIBRE ACCESO
Humor	NO	
Sorteos	SI	LIBRE ACCESO
d) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	SI	LIBRE ACCESO
Información para anunciantes	SI	LIBRE ACCESO
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	NO	
Reenvío de noticias a redes sociales	NO	
Noticias pueden ser impresas	SI, EN ICONO PARTE INFERIOR DE LA NOTICIA	LIBRE ACCESO

TABLA CUALITATIVA SEMANA COMPUESTA ECUAVISA

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No	
Coberturas móviles	No	
Especiales (tipo reportaje)	SI, JUNTO AL LOGOTIPO DE ECUAVISA HAY REPORTAJES ESPECIALES PERO CUANDO SE DESPLIEGA LA NOTICIA APARECE ESTE ICONO AL COMIENZO EN LUGAR DE LA PUBLICIDAD	LIBRE ACCESO
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	NO	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	SI, PERO DE MANERA LIMITADA COMO TITULARES (EN GENERAL), MAS NOTICIAS, DEPORTES	LIBRE ACCESO

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	SI, PERO NO LO DENOMINAN NOTICIERO EN LINEA, Y CONTIENE COMO UN COMPENDIO DE NOTICIEROS QUE SE EMITEN: TELEVISTAZO, CONTACTO DIRECTO, TELEVISTAZO SABATINO. SOLO DEL MES ACTUAL NO PASADOS.	LIBRE ACCESO
Fotogalerías	NO	
Foto – móvil	NO	
Audiogalería	NO	
Audio <i>on demand</i>	NO	
Audio <i>on streaming</i>	NO	
Video <i>on demand</i>	SI	LIBRE ACCESO
Video <i>on streaming</i>	NO	
Video móvil en vivo	NO	
Gráficos animados / interactivos	NO	
Mapas interactivos	NO	
Infografías animadas	NO	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) CONTENIDO		
Enlaces relacionados	NO	
Enlaces intra – texto	NO	
Enlaces internos	NO	
Enlaces externos	NO	
Diarios	NO	
Sindicación de noticias de otros medios	NO, SÓLO DE ESTE MEDIO	LIBRE ACCESO

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el MEDIO -Formulario Foros	SI, TIENE EL LISTADO DE DEPARTAMENTOS. AL INGRESAR A CADA DEPARTAMENTO, SE TIENE EL/LOS ENCARGADO Y SU RESPECTIVO EMAIL NO	LIBRE ACCESO
Comentarios	NO	
Votación de notas	SI, HE INMEDIATAMENTE VANSUMANDOSE EN LOS RESULTADOS	LIBRE ACCESO
Entrevistas <i>online</i>	NO	
Consultorio <i>online</i>	NO	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	NO, SOLAMENTE SE ENVIAN DENUNCIAS PARA LO CUAL NECESITA NOMBRE, EMAIL, PROVINCIA, DIRECCION Y ESCRIBIR EL MENSAJE. NO SE PUEDE COMPROBAR SI UTILIZAN ESTA INFORMACION DENTRO DE PÁGINA WEB.	
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	NO	

Producción en Servicios Web 2.0		
a) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast Video blogs Foto – blogs Mo blogs Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas Presencia en Flickr Vídeo (Canal en Youtube) Wiki	 NO NO NO NO	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil	 NO	
Contenido de Enlaces Favoritos	SI, DE CANALES ALIADOS: CARACOL TELEVISION, RCTV, ATV, TELEFE, UNITEL, TV AZTECA, MONTECARLO MEGA. CON CONEXIÓN DIRECTA AL CANAL WEB Y ALIADOS EDITORIALES COMO REVISTA ESTADIO, HOGAR,ETC,	LIBRE ACCESO
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	NO, SOLO PERMITE COMPARTIR LA NOTICIA CON FACEBOOK, DELICIOUS, ETC	LIBRE ACCESO

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	NO	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida en la página principal. - Ventanas Últimos Videos: se dispone últimos videos que suben cuando hay nueva información.	LIBRE ACCESO
Versión html (solo texto)	SI	
Versión en PDF	SI	
Versión para móviles	NO	
Versiones regionales / locales	NO	
Versiones bilingüe	NO	LIBRE ACCESO
Ampliar/reducir el tamaño de letras	SI, AL ABRIR LA NOTICIA TIENE ICONO A+ A- QUE PERMITE AMPLIAR Y REDUCIR EL TAMANO DE LAS LETRAS	
Ediciones para discapacitados	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
a) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	SI, PARTE SUPERIOR CON INCIO, NOTICIAS, DEPORTES, NOVELAS, PROGRAMACION, ECUAVISA INTERNACIONAL Y CONTACTENOS	LIBRE ACCESO
Buscador	SI, SE PUEDE BUSCAR POR PALABRA UNITARIA, POR FRASE, LO MAS RECIENTE, LO MAS ANTIGUO	LIBRE ACCESO
Hemeroteca	SI, EN NOTICIERO EN LINEA PERO SOLO DEL MES QUE SE CURSA.	LIBRE ACCESO
Mapa del sitio	NO	LIBRE ACCESO LIBRE ACCESO
Nube de Tags	NO	
Ranking de noticias	SI	
Lo más visto	SI, EN LO MAS LEIDO POR CUANTO FUE MAS VOTADO	
Lo más votado	NO	
Lo más comentado	NO	
Lo más enviado	NO	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>		
- alertas de última hora		
- boletines diarios	NO	
- newsletter semanales		
<i>Suscripción al celular</i>		
Noticias vía SMS al móvil		
RSS	SI	LIBRE ACCESO
Widgets	NO	
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	SI	LIBRE ACCESO
Reenvío de noticias a redes sociales	SI, CON BOTONERA A FACEBOOK, MENEAME, TWITTER. DELICIOUS, FURLNET, REDDIT, TECHNORATI, DIGG	LIBRE ACCESO
Noticias pueden ser impresas	SI	LIBRE ACCESO

SERVICIOS		
a) Servicios comerciales		
Publicidad	SI, EN LA PAGINA PRINCIPAL Y JUNTO AL LOGOTIPO ECUAVISA DE TELEFONIA PORTA Y EN LOS CONTORNOS HAY PUBLICIDAD DE NOVELAS, PROGRAMAS QUE SE PRODUCEN EN ECUAVISA	LIBRE ACCESO
Tienda virtual	NO	
Avisos clasificados	NO	
Promociones	SI, PARA PARTICIPAR EN PROGRAMAS CONCURSOS	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
a) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	NO	
Transporte público / carreteras	NO	
Programación TV	SI	LIBRE ACCESO
Programación radio	NO	
Carteleras espectáculo, agenda	NO	
Directorios	NO	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	NO	
OTROS	SUCRIPCION RSS FECHA, HORA	LIBRE ACCESO

b) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	NO	
Concursos	SI	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
Archivos de música / vídeo / animaciones	SI	LIBRE ACCESO, PREVIO REGISTRO
Horóscopo	NO	
Humor	NO	
Sorteos	NO	
Otros	ZONA DE DESCARGAS	SE NECESITA ESTAR REGISTRADO Y LUEGO LIBRE ACCESO
c) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	SI, EN CONTACTENOS,	LIBRE ACCESO
Información para anunciantes	NO	

PAGINAS DIGITALES DE ECUAVISA Y CANALRCN

ENTREVISTAS TELEFONICAS RCN Y ECUAVISA