



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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

Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social

AUTOR : LUIS GAVINO LARA TAPIA

DIRECTOR DE TESIS : ECON. ABEL SUING

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2009

CERTIFICACIÓN

Econ. Abel Suing

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el Sr. Luis Gavino Lara Tapia, sobre el tema: “Medios de Comunicación y el trabajo en la red con herramientas Web 2.0”, ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 06 de Noviembre de 2009

ECON. ABEL SUING

AUTORÍA

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

Loja, 06 de Noviembre de 2009

LUIS GAVINO LARA TAPIA

C.I. 0200987600

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Luis Gavino Lara Tapia 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”.

LUIS GAVINO LARA TAPIA

C.I 0200987600

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación ha sido posible gracias a la comprensión de mi esposa Paulina e hijos Luis David y Paulina Alejandra, quienes con su indudable deseo de superación de su esposo y padre, han comprendido que era necesario la dedicación y esfuerzo para el desarrollo del mismo y a cambio me han brindado todo su amor.

LUIS GAVINO LARA TAPIA

C.I 0200987600

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica Particular de Loja por brindarme la oportunidad de realizar el presente trabajo de investigación, al señor Economista Abel Suing por dedicar su tiempo para dirigirlo, a Diario Expreso por haberme permitido realizar mi trabajo en coordinación con sus funcionarios y a todas aquellas personas que contribuyeron para el éxito alcanzado.

LUIS GAVINO LARA TAPIA

C.I 0200987600

ÍNDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I MARCO TEÓRICO (ENFOCADO AL MEDIO DESIGNADO)	4
1.1 MARCO TEÓRICO.....	4
1.1.1 LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ACTUALIDAD.....	4
1.2.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	8
1.3.1 WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	10
1.4.1 REDACCIONES DIGITALES	14
CAPÍTULO II BREVE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (CONVERSIÓN)	16
2.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	16
2.2 BREVE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN...17	
2.3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN (ANÁLISIS DE CONTENIDO, ENTREVISTA, OBSERVACIÓN DIRECTA)	17
CAPITULO III INVESTIGACIÓN DE CAMPO	19
3.1 ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	19
CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	37
4.1 CONCLUSIONES	37

4.2 RECOMENDACIONES	37
BIBLIOGRAFIA	39
ANEXOS	40

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consta de cuatro capítulos, en los cuales se explica en forma organizada el desarrollo del mismo, basado en los conocimientos teóricos sobre los medios de comunicación y el trabajo en la red con herramientas web 2.0.

Es así que en el Capítulo I, se trata sobre el marco teórico en el cual se hace referencia a conceptos relacionados a esta nueva tendencia en la publicación de hechos noticiosos, específicamente al rol que tiene la comunicación social en la actualidad, su evolución, la transición que han sufrido los medios tradicionales a los medios digitales, cuál es la tendencia mundial sobre los medios a través de la internet, la incidencia de las herramientas web 2.0 en la elaboración de contenidos y cuál es la participación de la ciudadanía en la interacción con los medios digitales.

En el Capítulo II, se presenta como se ha desarrollado la investigación de campo, que prácticamente se refiere a un análisis de contenido de Diario EXPRESO de Ecuador y Diario ABC de Paraguay, en sus versiones impresa y digital, ejecutando este trabajo en el transcurso de la semana compuesta, que consiste en considerar los siete días de la semana pero en siete semanas distintas y realizar la observación de estos medios, recogiendo los resultados en Tablas que permiten realizar un análisis cuantitativo y un análisis de contenido, cabe mencionar que dicho análisis se lo realizó considerando la primera página en los medios impresos y de los medios digitales su portada, ya que es allí en donde se publican los hechos noticiosos más importantes. De la misma manera se realizaron entrevistas al Web máster y a un periodista digital de Diario EXPRESO.

En el Capítulo III, se realiza el análisis de los resultados obtenidos tanto en la semana compuesta como en la entrevista, contrastando unos con otros y estos con los conceptos teóricos, logrando determinar cuáles son las semejanzas y diferencias entre el medio nacional y el digital tanto en sus versiones impresas como digitales.

En el Capítulo IV, se presentan las conclusiones y las recomendaciones resultantes de la presente investigación, las cuales se basan en los supuestos planteados al inicio de la investigación y a los resultados obtenidos a lo largo de la investigación.

El presente trabajo, corresponde a una investigación bibliográfica, de tipo descriptiva por cuanto se pretende conocer como se encuentran los medios de comunicación tanto a nivel nacional como internacional, además es una investigación de campo, pues se busca

conocer sus características y especificaciones con el análisis de sus portales en la web, apoyada en la observación directa y en la aplicación de entrevistas como técnicas de investigación.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de una comunicación verás, oportuna, objetiva y por su puesto con capacidad de cobertura a una gran colectividad, ha hecho que los medios de comunicación tradicionales busquen ampliar sus horizontes, para lo cual, se han visto en la necesidad de recurrir a la tecnología, pues la comunicación social, no está exenta de dichos avances y por su puesto, la necesidad de mayor información de los ciudadanos, ha rebasado la capacidad de operación de los medios tradicionales, es así que estos medios, han ido transformando sus estructuras organizacionales, sus funcionarios se han visto en la obligación de adquirir nuevos conocimientos como el empleo de las NTIC's, que se relacionan con las herramientas de la web 2.0, han tenido que adquirir espacios para colocar los contenidos en la web a los que se les denomina plataformas, en fin, el reto de llegar con la información a una sociedad cada día más exigente ha hecho de que los medios se exijan más y se coloquen en sintonía de la realidad comunicacional actual.

El manejo de la información, el empleo de las herramientas computacionales al servicio tanto del medio como de los lectores, ha permitido establecer, cuál es el grado de participación del público en la estructuración de contenidos, en el análisis de los mismos, la inmediatez de la información, la actualización de la misma, es decir, el periodismo participativo o periodismo ciudadano, en el que el lector se convierte en un actor más de los hechos noticiosos, pues son los verdaderos vigilantes de los medios de comunicación.

Esta transformación de los medios tradicionales a digitales, ha llegado a nuestro país, ya que un gran porcentaje de los medios ecuatorianos, cuentan en la actualidad con publicaciones a través de internet, ese es el caso de Diario EXPRESO de Ecuador y de ABC de Paraguay que son los medios objeto de este análisis, pues en la presente investigación, se ha realizado un análisis de sus contenidos y una comparación entre sus versiones impresas y digitales, llegando a establecer cuál es la realidad nacional e internacional de los medios de comunicación social, en base a las nuevas tendencias mundiales.

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ACTUALIDAD

a. EVOLUCIÓN

A lo largo de los años, una de las ciencias que más ha avanzado es la comunicación, pues es indudable que si el hombre ha evolucionado, tanto en su forma de pensar, desarrollarse y actuar, debe haber cambiado su manera de relacionarse con los demás, esto es en realidad lo que conocemos como comunicación, pero aquí hay que distinguir que en esta evolución, el hombre no se ha detenido en aquella manera de comunicarse con el simple hecho de transmitir un mensaje, codificar y nuevamente transmitir una respuesta, lo que se hace cotidianamente entre personas, es decir, sincrónicamente, ha ido más allá, a explorar ese mundo en que sin ver a otras personas, logramos comunicarnos, para lo cual, la tecnología a puesto a su servicio, una serie de herramientas que han acertado en tiempo, alcance y dinero, la posibilidad de comunicarse, como lo es la Internet.

La comunicación social no ha estado alejada de esta realidad, ya que de una manera tradicional de trabajar en cualquiera de los medios sean estos televisivos, prensa escrita o radio, ha llegado ha proyectar sus esfuerzos hacia el mundo globalizado de la comunicación, es decir, insertándose en lo que hoy se conoce como trabajo en red, con competencias relacionadas a trabajar en equipos multiculturales, abordar trabajos relacionados a diferentes orígenes disciplinares, conocer otras herramientas, en fin tener la posibilidad de estar en tiempo y en espacio con el acontecer local, nacional, regional y mundial, para lo cual se ha ido desde el trabajo con la Web, posteriormente con los blogs, ahora hay que integrar a las redes sociales en línea y todos estos agrupados de una manera eficiente, para llegar a lo que hoy conocemos como la Web 2.0¹, término que fue acuñado por O'Reilly Media en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, entre

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/web_2.0

otras, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios, actuando como puntos de encuentro.

Por su parte, Aníbal de la Torre² dice “ hay cierto acuerdo en la comunidad mundial respecto de que estamos entrando en una nueva etapa de Internet, a la que se le a puesto un nombre: Web 2.0”, además afirma que “en los últimos meses estamos asistiendo a una amplia extensión del concepto de Web 2.0, cuya principal característica podría ser la sustitución del concepto de Web de lectura, por el de lectura – escritura”.

b. TRANSICIÓN DE LOS MEDIOS TRADICIONALES A LOS DIGITALES

En la actualidad todo es nuevo con relación a lo pasado, por obvias razones de evolución, es decir, lo que tenemos hoy es el producto de un proceso de investigación, de análisis, de comprobación y por su puesto de aceptación, lo mismo ocurre con los medios de comunicación. Si recordamos lo que sucedió en los años 1929, conflicto de la prensa escrita con la radio, luego de haber subsistido en forma armoniosa, llegando en 1930 a vaticinarse la desaparición de los periódicos; en 1950, entra en competencia la televisión, vaticinándose también la desaparición de los periódicos y de la radio; finalmente en 1990 la Internet tiene su apogeo, por supuesto también se vaticinó la desaparición de periódicos y revistas, es decir todas las publicaciones en papel, así nos relata el Profesor Enrique Castejón Lara de la ECS-UCV³, en su presentación en power point publicado en la Internet.

También hace una reflexión interesante sobre lo que significa esta transición en relación al periodismo, es así que considera:

- 1) La adecuación de los recursos, las técnicas y los procesos periodísticos a la nueva era digital, relacionados con la actualización de los mismos, la adaptación de la tecnología para un mejor desempeño profesional y el impulso que dio la Internet al relato tradicional de los medios.

² <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/anibal20.htm>

³ Presentación en PPT Transición del periodismo tradicional al digital

2) La tendencia inexorable del paso de los medios periodísticos a la modalidad digital, especialmente de los impresos y el apareamiento de nuevos medios de comunicación masivos.

Esto sin duda, nos permite identificar, la constante evolución que han tenido los medios de comunicación a lo largo de la historia informativa en la sociedad mundial, siguiendo siempre un proceso de transición en las diferentes épocas, relacionadas directamente con el avance de la tecnología y las necesidades de información cada vez más inmediatas.

Entonces, los medios de comunicación se han ajustando o adaptando a los nuevos escenarios presentes, tal como nos indica el Profesor Castejón, el reacomodo mediático compartido de los medios, en donde la interacción de los medios tradicionales con los medios electrónicos es indiscutible y necesario, llegándose a cumplir la teoría de la complementación, que ha subsistido siempre.

En definitiva, podemos decir que el periodismo está en un proceso continuo de adaptación, de acuerdo a los medios de comunicación vigentes, que se han redefinido con herramientas actualizadas tecnológicamente para ser más eficientes y por la nueva sociedad de la información existente en la actualidad.

Entre las diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y digitales podemos distinguir las siguientes:

ASPECTOS	MEDIOS TRADICIONALES	MEDIOS DIGITALES	OBSERVACIONES
ACCESO AL PÚBLICO	Menor	mayor	Capacidad de acceso del usuario
COSTO DE PRODUCCIÓN	Menor	mayor	
INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO	Menor	mayor	En el digital se habla del periodismo ciudadano
HERRAMIENTAS UTILIZADAS	texto, imágenes	texto, imágenes, sonido, enlaces	
COBERTURA PÚBLICO	Noticias de actualidad y mínimo del día anterior	Inmediatez, actualización de la noticia en tiempo real.	
PÚBLICO	Adulto	Mayoría joven	
FACILIDAD EN LA RECUPERACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Se limita a la disponible en un ejemplar	A través de un buscador cada vez que se requiera, por fechas	

Cuadro. Consolidación de datos de varias fuentes

c. TENDENCIA MUNDIAL

En el trabajo de los medios de comunicación, se puede distinguir un proceso en las metodologías adoptadas para el tratamiento de la información, cada vez más ligados a los avances tecnológicos, con lo que se han acortado los tiempos entre la noticia y la sociedad, para lo cual los medios de comunicación han adoptado

estructuras organizacionales, acordes a estos cambios, es así que a más de la modernización de los medios, los periodistas han tenido que capacitarse en el uso de las nuevas herramientas relacionadas a las nuevas tecnologías en la comunicación y la información, es decir, la profesión periodística requiere un nuevo perfil profesional.

d. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS HERRAMIENTAS

Los medios de comunicación, como un actor fundamental en la formación de las sociedades, ha evolucionado junto con las diferentes generaciones, como ya se ha dicho, a la par con la evolución tecnológica, esto significa, que las nuevas generaciones tienen nuevas necesidades de información que cada vez son más exigentes en contenido y en tiempo de accesibilidad a ella, por lo tanto, los medios de comunicación se han visto presionados por este nuevo público o nueva audiencia, lo que ha generado la incursión en nuevas herramientas tecnológicas, entre las cuales podemos citar:

Plataforma digital.- es el espacio en el cual se diseña las páginas de los medios de comunicación y se maneja el contenido ingresado, además permiten la interacción del usuario con el medio y con los demás usuarios, a través de los diferentes sitios: Facebook, hi5, youtube, wiki, RSS, microblogging, etc.

En estas plataformas es importante señalar el diseño de hipertexto o links que permite enlazarse a otras fuentes, ya sean escritas, video, audio, imágenes, entrevistas, reportajes, etc., con lo que se le da la característica principal que tienen los medios digitales que es la interacción.

1.2.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

a. MEDIOS NATIVOS DIGITALES

Para referirse a los medios nativos digitales, primero debemos hacer referencia a los nativos digitales como tal, como nos dice Stephanie Falla Aroche⁴ en su artículo ¿El futuro de las redacciones digitales está en los nativos digitales?, pues en realidad, se refiere a aquellas personas que nacieron entre los años 1981 y 1992,

⁴ <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redacciones-digitales-nativos-digitales/>

llamados generación “Y” y a los nacidos entre los años 1993 y 2000, llamados generación “Z”, que nacieron cuando ya existía la Internet y que tienen como característica común el dominio de las herramientas que están vinculadas a ella, por ejemplo no es nada sorprendente para estas personas el subir un video a youtube, usar las redes sociales, escuchar canciones en mp3, ya no compran CD’s, tienen celular, utilizan wikipedia como medio de consulta, es decir, todo esto es un servicio normal para el desarrollo de sus actividades cotidianas.

Lo que nos permite determinar, que existe un nuevo público, una nueva audiencia, con nuevas formas de vida que incluye la necesidad de información, por lo tanto, cae por su propio peso, la necesidad de adecuación de los medios de comunicación tradicionales a lo digital como nos referimos anteriormente, pero sin dejar de lado lo tradicional, ya que existe un público que consume este producto, con lo que se complementaría la entrega de información a la sociedad actual.

b. CARACTERÍSTICAS

Los medios nativos de comunicación digital, se caracterizan por la presentación de sus contenidos con la utilización de las diferentes herramientas tecnológicas o software específicos para cada aplicación, como por ejemplo youtube para videos, ppt para presentaciones, blog para información variada, wiki para acceder a información, redes sociales para la comunicación entre varias personas, entre otros.

c. LA PERCEPCIÓN EN EL SER HUMANO

El ser humano en su vida cotidiana y por ser un ente netamente social, tiene la necesidad de relacionarse con otras personas, lo que se realiza a través de la comunicación, la misma necesidad se genera por obtener información de su entorno, del país, de lo que pasa en el mundo, ya que por efecto de la globalización, la sociedad está más cerca que nunca, a través de los medios de comunicación, en este proceso de comunicación, las personas empleamos la percepción que como dice Ubaldo Cuesta ⁵ “es el primer proceso mental que se debe producir para que acontezca cualquier otro”; también el autor en otra parte de su libro, en relación a la

⁵ Cuesta Ubaldo, Psicología Social de la Comunicación, Edición Catedra, 2000, pág 110, 188

percepción dice textualmente "... el hecho más obvio acerca de las personas es su naturaleza intensamente social: los seres humanos no son organismos individuales que responden mecánicamente a estímulos de su entorno. Antes al contrario, crean su forma de percibir el entorno en el que se desarrollan y crean su forma de responder a este entorno en base a actos y consecuencias sociales.

En el caso del estudio de los medios de comunicación social este problema deviene doblemente significativo por una razón bien importante: los medios de comunicación son, en gran medida, responsables de la creación del entorno social que, a su vez, será el responsable, parcial, de la creación de los esquemas de percepción de la realidad, lo cual repercutirá, en una especie de círculo vicioso, bucle o feedback, sobre la creación de nuevos sistemas (lenguajes, contenidos, etc.) de comunicación social."

Estas aseveraciones, nos permiten determinar, que los medios de comunicación digital tienen una gravísima responsabilidad en la generación de contenidos a ser difundidos a través de la Web, pues como ya hemos dicho, son los responsables de la creación del entorno social y más aún, con la aplicación de las nuevas herramientas, que vinculan a la sociedad en su conjunto, creando verdaderas comunidades en línea que comparten información unos con otros y de diferente naturaleza, es decir, la responsabilidad ya no quedaría únicamente en los medios de comunicación social, sino que se ampliaría a la sociedad en su conjunto, por lo que, le resta a los medios, la tarea de educar, orientar, comunicar, con la misma ética profesional como se lo aplica en la comunicación tradicional, en fin, la percepción de los usuarios, debe ser la de contar con información veraz, oportuna, válida, de actualidad y sobre todo apropiada para el público que lo requiera.

1.3.1 Web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación

a. Herramientas más utilizadas

La Web 2.0, es la Web de la participación del usuario y tiene estrecha relación con el periodismo 3.0 en el que el control tiene el usuario, es decir, es en donde se puede compartir la información entre usuarios y el medio, por esta razón se la conoce como la Web social.

En esta comunidad digital, los ciudadanos se convierten en verdaderos editores de la información, ya que a través de herramientas y plataformas (sistemas de gestores de contenido o Content Management Systems CMS) de fácil uso, colocan información en la Web del medio de comunicación que puede ser utilizada por todos los usuarios al momento de ingresar a la misma.

Las herramientas más utilizadas son:

Blog o bitácora, conocido como diario en línea, que permite al usuario colocar artículos de opinión, fotos, videos, archivos de audio, etc.

Sindicador de contenidos bajo el formato RSS, (Really Simple Syndication) que permite acceder a fuentes de información publicadas en otros portales de forma rápida y sencilla.

WiKi, sistema basado en la wikipedia, que tubo sus orígenes en el 2001, con la filosofía de que a través de la publicación de artículos de diferentes temas se construya un gran documento como una enciclopedia, que tenga uso comunitario, los artículos publicados son normalmente verificados por una serie de supervisores.

Redes Sociales, “son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos, entre estas se encuentran: **facebook** enfocada a estudiantes, similar a myspace; del.icio.us que es un servicio social para almacenar favoritos en Internet.

Microblogging, conocido como nanologging, permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, es una derivación del blog convencional, establece un vínculo entre las redes sociales y la telefonía celular, entre estos podemos distinguir a twitter, jaiku, que permite a sus usuarios enviar textos de máximo 140 caracteres, pownce que permite enviar y recibir mensajes de texto, archivos, enlaces.

b. Propiedad intelectual en la red

Como una consecuencia normal del esfuerzo que realiza una persona, una empresa, una asociación, etc., en su afán de elaborar un artículo o un producto de interés para

la comunidad mundial, es responsabilidad de todos los usuarios, hacer referencia al autor de este bien cada vez que sea utilizado en una investigación o trabajo particular, es así que existe la propiedad intelectual para las publicaciones en la red.

Sobre este tema, se puede señalar que existieron algunos esfuerzos a nivel de la organización mundial de Protección intelectual (OMPI), así al respecto existen varios antecedentes, uno es aquel que la Unión Europea suscribe, como nos dice un artículo publicado sobre la legislación europea sobre propiedad intelectual,⁶

“Se debe considerar los convenios de París (para la protección de la propiedad industrial) y Berna (para la protección de las obras literarias y artísticas) constituyen las bases del sistema de Tratados de la OMPI. Los Tratados posteriores han ampliado la protección ofrecida teniendo en cuenta las evoluciones técnicas y los nuevos ámbitos de interés (por ejemplo, la sociedad de la información).

El Tratado de la OMPI sobre derechos de autor (WCT) y el Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas (WPPT) tienen como objetivo actualizar la protección internacional de derechos de autor y derechos afines en la era de Internet completando las disposiciones del convenio de Berna con el fin de adaptarlas al entorno digital.

Tratado de la OMPI sobre derechos de autor (WCT)

Según las disposiciones del Tratado, los autores pueden beneficiarse de protección jurídica en caso de distribución, alquiler comercial y comunicación al público de sus obras en la red. Además se asegura una protección explícita para los dispositivos técnicos y para los sistemas de identificación de gestión de obras.

Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas (WPPT)

Este Tratado atañe a los derechos afines y mejora la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes y de los productores. Podrán beneficiarse de los derechos exclusivos de reproducción, distribución, alquiler comercial y puesta a disposición del público de sus interpretaciones/ejecuciones y de sus fonogramas

⁶ Página Web síntesis de la Legislación de la UE, Artículo, Adhesión a los Tratados de la OMPI, 2006.

en la red. Además, podrán tener derecho a una remuneración por la radiodifusión y por cualquier otra forma de comunicación al público con fines comerciales”.

También en septiembre del 2005, en México se realizó las Jornadas de derecho de autor y como resultado se elaboró el documento al que lo denominaron

“DERECHO DE AUTOR EN LA NUEVA ERA DIGITAL,
LA INDUSTRIA DEL LIBRO, DE LA MÚSICA Y DEL AUDIOVISUAL.
TENDENCIAS. *CREATIVE COMMONS*”

Este documento fue elaborado por el Sr. José Luis Caballero Leal, Profesor, Universidad Panamericana, Socio de Jalife, Caballero, Vázquez & Asociados, México D.F., y en lo pertinente dice:⁷

1. “Las nuevas formas de explotación en el entorno digital tuvieron consecuencias legales a nivel internacional, refiriéndome en concreto a la adopción de los Tratados OMPI sobre Derechos de Autor y sobre Interpretación, Ejecución y Fonogramas, que la prensa internacional determinó denominar como los Tratados Internet. Aunque podría parecer anticuado en estos momentos aludir a esos instrumentos internacionales adoptados en la Conferencia Diplomática del 20 de diciembre de 1996, la actualidad del comentario obedece a que no ha sido sino hasta el primer semestre del año 2002, cuando ambos tratados entraron en vigor, y por lo mismo el debate en torno a su contenido vuelve a actualizarse”.

2. “De la misma manera, la ley Federal de Derechos de Autor mexicana, promulgada el 24 de diciembre de 1996, en vigor a partir del 24 de marzo de 1997, incorporó en su texto parte de las disposiciones sustantivas de dichos

⁷ INDAUTOR, Jornadas de Derecho de Autor, México, 2005

instrumentos internacionales, reconociendo básicamente el derecho del autor o del legítimo titular de los derechos respectivos a controlar el uso o explotación de las obras de creación a través del entorno digital”.

En el Ecuador, la ley de la propiedad intelectual garantiza el derecho de autor en todas sus formas, pero específicamente no existe algo expreso sobre la propiedad intelectual sobre publicaciones en la Red.

1.4.1 Redacciones digitales

a. Integración de salas de redacción

Una sala de redacción de un medio de comunicación, es el lugar en donde se procesa la información obtenida por los diferentes periodistas como: reporteros, articulistas, editores, etc., que a través de un sistema interno de diseño, se elabora el producto final que llega al consumidor final que es el público.

Con la evolución de los medios de comunicación tradicionales a los digitales, han evolucionado también la forma de trabajar en un medio de comunicación social, pasando por la reestructuración de su organización, capacitación de sus técnicos, de sus periodistas, y por su puesto de sus salas de redacción, que han tenido que pasar por una transición y adaptación de sus tareas para cubrir dos frentes, el medio tradicional y el medio digital, es decir, si consideramos como ejemplo un medio impreso, la misma noticia, deberá ser trabajada para ser adaptada tanto en el medio impreso como en el digital, con la lógica consideración de que existirán funcionarios para cada material, con la particularidad, que el periódico digital, se irá cargando directamente por los periodistas en los espacios creados para cada género, ejemplo reportajes, entrevistas, etc., incluyendo texto, imágenes, audio, video, etc., con la supervisión de técnicos en cada área, lo que es importante señalar es que varias funciones serán compartidas para los dos medios, con la finalidad de optimizar recursos humanos, económicos, técnicos, entre otros.

Aquí se puede distinguir a un elemento propio del medio digital que es el Web master, quién es el responsable de la organización y la mantención de la información en la plataforma del medio durante las 24 horas del día.

b. PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL ACTUAL

PERFIL

El profesional de la comunicación social actual, debe ser capacitado además del currículo tradicional, en asuntos relacionados con la comunicación digital, esto incluirá entre otros aspectos: las nuevas tecnologías relacionadas con los medios de comunicación, las herramientas Web 2.0, el manejo de software para editar videos, multimedia (flash), hipertexto o links, etc., en fin, deberá ser un profesional multifuncional, capaz de adaptarse a las exigencias de esta nueva audiencia, en fin, un nuevo profesional, que si consideramos⁸ el artículo “Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia”, de Olga Álvarez, publicado en la Web, este nuevo profesional, debería cumplir los siguientes requisitos:

- Gestión y actualización de todas las informaciones que requieren un mantenimiento continuo (74%).
- Editar, redactar y adaptar texto para el medio interactivo (70%).
- Buscar recursos externos en la Red para vincular a las informaciones (51%).
- Crear paquetes informativos (49%).
- Gestión de herramientas interactivas como encuestas y foros (47%).
- Búsqueda de historias en el archivo documental propio para vincular a las noticias (47%).
- Redactar contenido original (45%).
- Escribir y reescribir titulares (43%).
- Contrastar información e investigar en la Red (40%).

⁸ <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm>

CAPÍTULO II

2.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La presente investigación se realizará considerando en primer lugar una revisión bibliográfica relacionada al tema propuesto, la misma que será la base durante el análisis de contenido que se cumplirá durante la semana compuesta que iniciará el lunes 10 de agosto del presente año, consideramos el análisis de contenido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del objetivo de la comunicación, mientras se desarrolla la semana compuesta, realizaremos la entrevista a los funcionarios de Diario Expreso y Diario ABC, con la finalidad de obtener de primera mano la información sobre estos medios, para finalmente realizar el análisis de los resultados obtenidos y presentar conclusiones y recomendaciones.

De esta manera, este trabajo se basará al siguiente esquema de contenido:

CAPÍTULO I

1.1 Marco Teórico

CAPÍTULO II

2.1 Investigación de Campo

2.2 Breve análisis de la situación actual del medio de comunicación

2.3 Aplicación de instrumentos de investigación (análisis de contenido, entrevista, observación directa)

CAPÍTULO III

3.1 Análisis de datos y resultados

CAPÍTULO IV

4.1 Conclusiones

4.2 Recomendaciones

Bibliografía

ANEXOS

2.2 BREVE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN

Diario expreso es un medio de comunicación de la prensa escrita ecuatoriana, que inició su labor periodística el 25 de julio de 1973, fecha que coincide con la fundación de Guayaquil, ciudad en la que se asienta su matriz y desde donde proyecta la información hacia la ciudadanía ecuatoriana, sus ejemplares son de circulación nacional y desde hace 36 años mantiene sus postulados que dicen: “informando a la colectividad con independencia y en defensa de la libertad de prensa y expresión”; su fundador es Galo Martínez Leisker.

Este prestigioso medio de comunicación social, desde sus inicios mantuvo entre sus colaboradores a prestigiosos periodistas, que con sus escritos contribuyeron y contribuyen a la formación de la opinión pública del país, y que por sus publicaciones, ha tenido que soportar críticas de toda índole, llegando a ser objeto de amenazas tanto como medio, así como a sus funcionarios, con lo que se ha evidenciado la libertad de expresión, condición imprescindible para el cumplimiento del derecho constitucional de mantener informado a la población.

A lo largo de su vida institucional, ha ido evolucionando igual que lo han hecho otros medios en el país como en el exterior, así, ha pasado de ser un medio solamente impreso a un medio digital, con lo que le ha permitido aumentar su capacidad de difusión y por ende han aumentado sus lectores, siempre manteniendo su ética periodística en la aplicación de la normativa profesional existente como por ejemplo el Código de buenas prácticas de la redacción de DIARIO EXPRESO, que le ha hecho merecedor al respeto y la confianza de sus lectores y la admiración de la competencia a nivel nacional como internacional.

Su edición digital es diaria al igual que la impresa, para lo cual ha tenido que incurrir en inversiones y una nueva estructura organizacional que le permita cumplir estas dos obligaciones informativas adquiridas con la sociedad ecuatoriana, mantener la circulación de sus dos ediciones sin interrupción.

2.3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

a. Análisis de contenido

Se cumplirá en la semana compuesta de la siguiente manera:

Lunes 10 de agosto de 2009

Martes 18 de agosto de 2009

Miércoles 26 de agosto de 2009

Jueves 03 de septiembre de 2009

Viernes 11 de septiembre de 2009

Sábado 19 de septiembre de 2009

Domingo 27 de septiembre de 2009

El análisis de contenido se lo realizará tanto del Diario EXPRESO como del Diario ABC de Paraguay en sus dos ediciones impresa y digital, en base a las tablas de análisis cuantitativo como a las Tablas de observación y recogida de datos proporcionadas por la coordinadora del programa de investigación para egresados Catalina Mier.

La técnica que se aplicará es la de observación directa, con la que permitirá recoger la información en forma adecuada en las tablas antes mencionadas.

ANEXO "A" TABLAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

ANEXO "B" TABLAS DE OBSERVACIÓN Y RECOGIDA DE DATOS

b. Entrevista

Se la realizará a los funcionarios de Diario EXPRESO, a través de preguntas generadas en base al conocimiento bibliográfico obtenido en el desarrollo del capítulo I, con la intención de recopilar de primera mano información que permita contrastar con el análisis de contenido realizado en la semana compuesta.

ANEXO "C" ENTREVISTAS

CAPÍTULO III

3.1 ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

a. ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los resultados obtenidos durante la semana compuesta en la que se observó a **DIARIO EXPRESO**, tenemos lo siguiente:

DÍA \ ESPACIOS	SECCIONES		FUENTES		GÉNEROS		IMAGEN	
	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL
LUNES	Política Sociedad Sucesos	Deportes Política Economía Mundo Opinión	Internac. I. Públicas Directas	Directas Internac.	Noticia Reportaje	Noticia Reportaje	Foto color Ilustración	Video Foto color Infografía
MARTES	Política Economía Sociedad	Economía Política Educación Opinión	I. Públicas Directas Internac.	Directas Internac. I. Públicas	Noticia Reportaje	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color ilustración	Foto color Ilustración Infografía
MIÉRCOLES	Política Sociedad Salud	Economía Mundo Opinión Política Publicidad	Directas I. Públicas	Internac. Directas Privadas I. Públicas	Reportaje Noticia	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color Ilustración Infografía	Foto color Infografía Video Ilustración Caricatura
JUEVES	Economía Educación	Judicial Economía Política Opinión	I. Públicas Internac.	I. Públicas Directas Documental Privadas Internac.	Noticia Reportaje	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color Ilustración	Foto color Video Infografía Fotogalería Gráficos Caricatura
VIERNES	Política Economía	Política Mundo Deportes Judicial Educación Economía Opinión Tienda virtual	Directas I. Públicas	Directas Internac. I. Públicas	Noticia Reportaje Entrevista	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color Ilustración	Foto color Infografía video Fotogalería Caricatura Fotonoticia
SÁBADO	Economía Política Deportes	Política Mundo Deportes	Directas I. Públicas Internac.	Internac. Directas I. Públicas	Noticia Reportaje Entrevista	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color	Foto color Infografía Video

		Educación Judicial Opinión						Fotogalería
DOMINGO	Sociedad Política Judicial Sucesos	Política Economía Educación Deportes Opinión	Directas Privadas I. Públicas	Directas Internac. I. Públicas Privadas.	Reportaje Noticia Entrevista	Reportaje Noticia Entrevista	Foto color Caricatura Infografía	Foto color Infografía Video Fotogalería

De esta tabla se desprende el siguiente análisis:

SECCIONES

Así se puede determinar que la sección más empleada tanto en el medio impreso como en el digital es la relacionada a hechos noticiosos de política, seguida de economía.

Al considerar al medio impreso en forma particular, se distingue lo relacionado a temas de la sociedad especialmente los tres primeros días de la semana y el día domingo, en cambio en el medio digital las noticias de justicia son consideradas con cierta periodicidad específicamente los días jueves, viernes y sábado.

Lo que le diferencia al medio digital del impreso es el espacio de opinión porque le permite interactuar con el lector y tener de primera mano la percepción de la sociedad; también, en este medio se identifica espacios dedicados al editorial, a entrega especial, grandes temas, suplementos, a la publicación de normativa legal como el código de ética periodística, ley de tránsito, proyectos de ley como el de comunicación, entre otros.

FUENTES

Las fuentes Directas son las más empleadas tanto en el medio impreso como en el digital, sobre estas, pudimos distinguir a funcionarios públicos, personas particulares, ciudadanos comunes, instituciones educativas, entre otros.

En el medio impreso, las Instituciones públicas son empleadas con gran frecuencia, entre estas se han considerado a la Presidencia de la República, Policía Nacional, Ministerios, Superintendencia de Bancos, Corporación Financiera Nacional,

Asamblea Nacional, CONESUP, Secretaría Técnica de la Gestión de Riesgos, Banco Central, Petroproducción, Procuraduría, Contraloría, Municipios, en fin, lo que se puede determinar es que el medio tiene una gran cobertura en estas instituciones ya que son las que generan gran cantidad de información en forma diaria.

En el medio digital, lo que le identifica es la gran utilización de las fuentes internacionales, entre las cuales tenemos a AFP, EFE, ANSA, REUTERS, entre otras, pero también se han identificado en este campo a que el medio busca información en publicaciones internacionales especializadas como lo es por ejemplo THE ECONOMIST, en la cual la información sobre el análisis económico está a la orden del día. En este medio también el empleo de las fuentes privadas, son una particularidad, acudiendo a organizaciones políticas como la CONAIE, Alianza País, UNE, AME, Universidades, Colegios, Centros Comerciales, etc.

GÉNEROS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género más utilizado es la noticia ya que según lo analizado, es el que prevalece entre la preferencia periodística, seguida muy de cerca por el reportaje, esto hace suponer que la preparación de los comunicadores de este medio, está direccionada a su empleo.

La entrevista es empleada más en el medio digital, prácticamente lo hacen con frecuencia; en el medio impreso, su uso lo he identificado en los días viernes, sábado y domingo.

IMAGEN

Tanto en el medio digital como en el impreso las fotografías a color son empleadas en forma cotidiana, pero es en el medio digital en donde existen en mayor cantidad, ya que el empleo de la tecnología lo facilita, por ejemplo, existe la foto galería, fotografías relacionadas a la noticia que se publica que se van desplegando a medida que se hace clic en una de sus pestañas.

En este punto, es importante señalar que en el medio digital se emplean imágenes a través de video, ilustraciones, caricaturas, infografías, aunque sobre estas últimas, lo que se pudo observar es que se mantienen las mismas durante todas las publicaciones, es decir, van acumulándose a medida que se van generando nuevas.

De los resultados obtenidos durante la semana compuesta en la que se observó a Diario **ABC DE PARAGUAY**, tenemos lo siguiente:

DÍA \ ESPACIOS	SECCIONES		FUENTES		GÉNEROS		IMAGEN	
	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL
LUNES	Sociedad Economía Política O. titulares	Deportes Política sociedad Publicidad Blogs	Directas Públicas Privadas Documen.	Internac. Directas Privadas Públicas	Reportaje Noticia Entrevista	Noticia Entrevista Reportaje	Foto color Ilustración	Foto color
MARTES	Sociedad Economía Política O. titulares	Deportes Política sociedad Publicidad Blogs	Directas Públicas Privadas Documen.	Internac. Directas Privadas Públicas	Reportaje Noticia Entrevista	Noticia Entrevista Reportaje	Foto color Ilustración	Foto color
MIÉRCOLES	Sociedad Economía Política O. titulares Publicidad	Política Suceso deportes Publicidad	Directas Públicas Internac. Documen.	Internac. Directas Privadas Públicas	Reportaje Noticia Entrevista	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color Infografía	Foto color video
JUEVES	Economía Sociedad Política Comentari os Publicidad	Deportes Política Economía Sucesos Publicidad Noticia + blogs	Directas Públicas Privadas Internac. Documen.	Internac. Directas Públicas Privadas Documen	Noticia Reportaje Entrevista	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color Ilustración	Foto color
VIERNES	Economía sociedad Política Deportes Cultural Comentari os Publicidad	Deportes Política Judicial Sucesos Noticias + leidas Publicidad Blogs	Directas Públicas Internac.	Internac. Directas	Noticia Reportaje Entrevista	Noticia Reportaje Entrevista	Foto color	Foto color
SÁBADO	Economía Política Sociedad Comentari os	Política Deportes Sociedad Economía Publicidad	Directas Públicas Internac.	Internac. 22 Directas Públicas	Noticia Reportaje	Noticia Reportaje	Foto color	Foto color Caricatura

	Publicidad	Blogs Noticias +						
DOMINGO	Política Economía Sociedad Deportes Comentari os Publicidad	Política Economía Sociedad Judicial Deportes Encuesta Publicidad Blogs	Directas Internac. Públicas	Internac. Directas Públicas	Noticia Reportaje	Noticia Reportaje	Foto color	Foto color

De esta tabla se desprende el siguiente análisis:

SECCIONES

Tanto en el medio impreso como en el digital la sección más empleada es la política, seguida de la correspondiente a asuntos económicos y a los de carácter social, además de una gran cantidad de publicidad en toda la portada.

En el medio impreso se distingue un espacio relacionado a otros titulares que encierran una gran cantidad de noticias ocurridas a nivel nacional como mundial.

En el medio digital, se pudo observar que existe un gran espacio para los bloggers que son personas que presentan sus comentarios y análisis sobre diferentes temas, así como también espacios seleccionados para noticias en audio, ABC digital, noticias más leídas, encuestas, programación de espectáculos, editorial, todo esto es lo que le distingue del medio impreso.

FUENTES

En el medio impreso las fuentes más empleadas son las directas, seguidas de las Instituciones públicas y de las Instituciones privadas, considerando en menor cantidad a las fuentes internacionales, no así el medio digital que considera a las fuentes internacionales como las más empleadas, seguidas de las directas y en forma alternativa a las Instituciones Públicas y privadas, lo que supone una gran diferencia en este tema.

GÉNEROS

Tanto en el medio impreso como en el digital el medio más empleado es la noticia, seguido del reportaje y en menor cantidad la entrevista, siendo en forma alternativa la que lleva la prioridad, ya sea la noticia o el reportaje.

IMAGEN

En las dos ediciones, se puede distinguir el gran empleo de la fotografía a color, pero en la edición impresa se nota el empleo de ilustraciones e infografías para aclarar las noticias publicadas, no así en el medio digital que solamente se pudo observar el empleo de caricaturas y videos.

Del análisis presentado tanto del Diario EXPRESO de Ecuador, así como del Diario ABC de Paraguay, como resultado de la observación realizada durante la semana compuesta, se desprende la siguiente comparación, que presento en el siguiente cuadro:

COMPARACIÓN ENTRE EL DIARIO EXPRESO DE ECUADOR Y EL DIARIO ABC DE PARAGUAY

ESPACIOS DÍA	SECCIONES		FUENTES		GÉNEROS		IMAGEN	
	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL	IMPRESO	DIGITAL
EXPRESO	Política (+) Economía Sociedad (L,M,M,D)	Política (+) Economía Justicia (J,V,S) Opinión Editorial Grandes temas Normativa legal entrega especial suplementos	Directas (+) Instituciones Públicas	Directas (+) Internacionales	Noticia (+) Reportaje (días V,S,D)	Noticia (+) Reportaje	Foto a color (+)	Foto a color (+) Infografías ilustraciones
ABC	Política (+) Economía Social Publicidad Otros titulares	Política (+) Economía Social Publicidad Blogueros noticias en audio ABC digital Noticias más leídas Encuestas espectáculos Editorial	Directas (+) Inst. Públicas Inst. Privadas	Internacionales (+) Directas	Noticia (+)	Noticia (+)	Foto a color (+)	Foto a color (+) Infografías ilustraciones
SEMEJANZAS	Las más utilizadas son las de política, economía y sociedad	Las más utilizadas son las de política y economía. Publican el Editorial. Tienen un espacio para la opinión de los lectores	En los medios impresos las f. directas son las más empleadas, seguidas de las Instituciones		La noticia es la más utilizada	La noticia es la más utilizada	Emplean la foto a color	Emplean la foto a color Videos

			públicas. En el EXPRESO tanto impreso como digital las fuentes directas son las más utilizadas.					
DIFERENCIA S	EXPRESO: las de sociedad más énfasis los días lunes, martes, miércoles y domingo.	EXPRESO: publica normativa legal y suplementos.	EXPRESO: Busca información en instituciones especializadas (economía)	EXPRESO: Busca información en instituciones especializadas (economía)	EXPRESO: El reportaje se emplea con mayor intensidad los días viernes, sábado y domingo	EXPRESO: Existe una gran cantidad de contenidos del medio impreso que se coloca en el digital	EXPRESO: Emplea caricatura	EXPRESO: Infografías, ilustraciones, fotogalerías, fotonoticias
	ABC: gran cantidad de publicidad y otros titulares	ABC: Blogueros, empleo de tecnología digital: noticias en audio, ABC digital.	ABC: Poco empleo de las Fuentes internacionales	ABC: Emplean más fuentes internacionales.	ABC:	ABC: Los contenidos del medio impreso por lo general son diferentes del medio digital	ABC: Emplea ilustraciones e infografías	ABC: emplea caricaturas y videos

**b. ANÁLISIS DE CONTENIDOS EN LAS PORTADAS DE LOS MEDIOS DIGITALES
EXPRESO DE ECUADOR Y ABC DE PARAGUAY**

ASPECTOS	DIARIO EXPRESO	DIARIO ABC
CONTENIDOS INFORMATIVOS	Son similares a los del medio impreso, adaptadas a los estándares de Internet. Última hora Formato HTML	Varias noticias son diferentes del medio impreso Último momento Formato HTML
PORTALES	Horizontales (no) Verticales (si), economía, deportes, espectáculos Diagonales (si) Twiter, facebook	Horizontales (no) Verticales (si), economía, deportes, espectáculos Diagonales (si) facebook, twiter, my space, digg, delicious, menéame, reddit, yahoo, google bookmarks.
ESPECIALES	Tipo reportaje	Tipo reportaje
RECURSOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA	Videos fotogalerías	Videos ABC TV ABC Radio Wallpapers

		Puntos Wi-Fi
HIPERTEXTUALIDAD	<p>Intratexto</p> <p>Externos hacia Diario Extra, anuncios google</p> <p>Internos, de una noticia a otra relacionada</p>	<p>Intratexto</p> <p>Externos hacia ABC TV, anuncios google</p> <p>ABC Radio</p> <p>Internos, de una noticia a otra relacionada.</p>
SINDICACIÓN DE NOTICIAS	No dispone	A través de ABC TV y ABC Radio
ÁREA DE PARTICIPACIÓN DE LECTORES	Panel de lectores Cartas al Director	En cada noticia que lee o sección que visita Los lectores opinan
ENCUESTAS	Si	Si
REDES SOCIALES	facebook y twiter, como un medio más para entregar actualizaciones del sitio y contenido extra que no aparece en el mismo	facebook, twiter, my space, digg, delicious, menéame, reddit, yahoo, google bookmarks
BLOGS	Va a ser empleado como una parte que se incorpore a la columna de opinión.	Dispone de espacio específico para blogeros
VIDEOS	Selecciona el medio	Dispone de una sección videos de

		usuario
PRODUCCIÓN WEB 2.0	No	Blogs Fotos y videos publicados por usuarios
MICROBLOGGING	Twitter con contenido propio	Twitter integrado en la plataforma con la participación de lectores
PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN	Portada corta	Portada corta
FORMATOS EMPLEADOS	Hipertexto y fotografía	HTML, hipertexto, fotografía, video
BUSCADOR	No dispone	Simple
CALENDARIO	Si con dos meses el que transcurre y el anterior.	Si con el mes que transcurre.
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Con palabras claves	Con palabras claves
RANKING DE NOTICIAS	“Grandes temas”	“noticias más leídas”
SUBSCRIPCIÓN	Club de suscripción	Formulario de registración
WIDGETS	Figuras que señalan el tiempo, de diferentes ciudades del mundo	Figuras que señalan el tiempo, de la localidad

POSIBILIDAD DE IMPRIMIR	Tiene la opción	Tiene la opción
SERVICIOS	Publicidad Venta de vivienda, medios electrónicos Avisos clasificados	Publicidad Venta de vivienda, medios electrónicos Avisos clasificados
ESPECIALIZACIÓN DEL PERSONAL EN MEDIOS DIGITALES	No al momento	Si
EQUIPOS MÓVILES USADOS PARA TRANSMITIR INFORMACIÓN DIRECTAMENTE	No	Si
INFORMACIÓN DE OCIO	Esporádicamente	Juegos electrónicos, soduku, rompecabezas, etc.
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	No dispone de un espacio específico.	Específicamente

En base a las tablas de observación y recogida de datos, se determina el siguiente análisis de las portadas de Diario EXPRESO y de Diario ABC:

Contenidos Informativos.- Los dos medios presentan contenidos referente a las noticias recientes, con la diferencia que Diario Expreso publica en la web las mismas noticias del medio impreso, ABC difiere en algunas de ellas, también, se distinguen particularidades con relación a la inmediatez de las noticias, así diario Expreso las agrupa en lo que denomina Última hora, ABC lo denomina Último momento.

En cuanto a portales.- Los dos medios no presentan portales horizontales, si portales verticales, con temas específicos para lectores como economía, deportes, espectáculos, entre otros con libre acceso a sus contenidos, también existe en su portada portales diagonales a través de twitter y facebook en el caso de diario Expreso, ABC en cambio presenta una barra de herramientas que permiten acceso a través de diferentes redes sociales como: facebook, twitter, my space, digg, delicious, menéame, reddit, yahoo, google bookmarks.

Los dos medios presentan una sección de especiales tipo reportaje en donde el lector puede acceder a reportajes de actualidad, que los van actualizando continuamente, pero manteniendo los anteriores.

Recursos audiovisuales y multimedia.- Con relación a los recursos audiovisuales, en Diario Expreso lo localizamos en la sección multimedia, en donde se dispone de videos sobre diferentes temas, con la posibilidad de descargar a través de yootube, la foto galería en donde se selecciona uno de los temas presentados y a través de una ventana se van mostrando fotografías con explicaciones de que se trata cada una de ellas.

El diario ABC por su parte, dispone de recursos audiovisuales al acceder a la sección servicios a ABC TV, en donde se presentan una gran cantidad de videos, lo mismo se presenta en wallpapers de la misma sección con accesos a información tanto en imágenes como en videos de diferentes lugares, instituciones, etc., con la posibilidad de descargar, también dispone de ABC Radio, en donde se encuentran las grabaciones del editorial del día, así como varias noticias, ABC también presenta una sección denominada Puntos Wi-Fi, en donde se publica la ubicación de lugares

importantes y de interés para la comunidad, que son colocados por los lectores que quieren compartir sus lugares preferidos recomendando a los demás y por último en este campo ABC emplea los recursos audiovisuales en la sección de entretenimientos, con una serie de juegos en donde se combinan sonidos, imágenes, texto, dando la posibilidad al lector de interactuar con el contenido, todos estos recursos que emplea este diario, pueden ser compartidos con otras personas a través de una barra de herramientas con: facebook, twiter, my space, digg, delicious, menéame, reddit, yahoo, google bookmarks.

Hipertextualidad.- Los dos medios disponen de enlaces intra texto, va desde una noticia que se publica en resumen hacia la misma en forma amplia; también presentan enlaces externos, en el caso de diario Expreso va hacia la publicación de Extra otro diario generado en la misma empresa, anuncios google y en el caso de ABC va hacia ABC TV, hacia ABC Radio, anuncios google y también existen enlaces internos que permiten ir de una noticia a otra relacionada.

Diario Expreso no tiene sindicación de noticias de otros medio, en cuanto a diario ABC podemos decir sobre este tema que si lo tiene a través de ABC TV y ABC Radio.

Área de participación de lectores.- En el caso de diario Expreso existe una sección específica para la opinión de los lectores en panel de lectores, no así en el diario ABC que permite al lector en cada noticia que lee, o sección que visita dar su comentario, con lo que se puede contar con la participación directa del lector, también ABC dispone de un espacio específico para la participación de los lectores que es ABC ciudadano en donde le permite publicar sus artículos o comentarios.

Los dos medios cuentan con una sección dedicada a realizar encuestas a los lectores.

Con relación a redes sociales, diario Expreso dispone de dos espacios facebook y twiter, al respecto diario ABC, pone al servicio de los lectores una barra de herramientas con accesos a: facebook, twiter, my space, digg, delicious, menéame, reddit, yahoo, google bookmarks, la misma que la encontramos cada vez que accedemos a una noticia o sección, también cuando accedemos a un video, existe la posibilidad de agregar un comentario al mismo.

Con relación a los Blogs, diario Expreso no tiene esta herramienta al servicio de los usuarios, en cambio ABC, dispone de espacios destinados a bloggers en su portada con la posibilidad de comentar sus artículos.

ABC dispone de una sección de videos de usuarios que colocan su material en la página del medio y comparten con los demás, en cambio Expreso publica los videos que han sido seleccionados por la institución, no habiendo participación de los lectores en este sentido.

Expreso en su portada permite al lector escribir cartas al Director con lo que de esta manera se participa de una manera bastante restringida con el medio.

ABC dispone de un espacio en la sección servicios que se denomina los lectores opinan que es específico para la participación de los mismos

Producción en servicios web 2.0

En el diario ABC, existen blogs producidos por los periodistas del medio, en un espacio específico (BLOGS) de la portada, los mismos que presentan sus artículos en forma permanente, no así diario Expreso que no dispone de esta producción.

El diario ABC dispone de fotos y videos publicados por los bloggers y también por el medio, lo que no existe en diario Expreso en donde las fotografías y los videos son publicados por el propio medio.

Con relación a los microblogging, específicamente twitter en el caso del diario Expreso su presencia es con contenido propio, en caso de ABC es integrado en el sitio con la participación de los lectores.

Personalización y acceso a la información

Con relación a este tema, diario Expreso a personalizado el acceso a la información con una portada corta con los nombres de las secciones al costado izquierdo y resúmenes de las noticias en toda la presentación y con un clic se puede acceder a la totalidad de la que sea seleccionada, también presenta una ventana de "Última Hora",

que corresponde a una pequeña consola en la parte superior de la portada con titulares que se abren cuando se dan clic en las mismas, existen además, ventanas informativas en toda la portada que van son actualizadas en forma periódica.

ABC por su parte, ha personalizado la presentación de la información con una portada corta con la publicación de resúmenes de las noticias y con un clic ingresar a la totalidad de la noticia seleccionada, una ventana de “último momento” con titulares y enlaces que se abren a la totalidad de la noticia al dar clic, un espacio destinado a la noticia destacada con un resumen de la misma y diferentes links para acceder a temas relacionados a la misma, además se presenta un espacio para las noticias más leídas.

La versión en la que se basa el diseño de los textos e imágenes en los dos medios es HTML.

Los dos medios disponen de barra de navegación que le permite al lector acceder a los contenidos de las mismas.

ABC dispone de buscador simple, lo que facilita encontrar temas que el lector necesita en forma más rápida y sencilla, en cambio Expreso no dispone de este servicio por lo que es necesario en este medio navegar por los contenidos hasta encontrar lo que se requiera.

Los dos medios disponen de calendario, ABC en la sección archivo con la presentación del mes que transcurre y Expreso en el link ediciones anteriores, su presentación es de dos meses el que transcurre y el anterior, en lo que si son semejantes es que a través de este acceso se obtiene información de las ediciones anteriores.

Diario Expreso clasifica su información por palabras claves: Judicial, actualidad, economía, opinión, mundo, entre otras, de la misma manera diario ABC, considera palabras como: deportes, nacionales, internacionales, etc., con lo que facilitan al lector para llegar a la noticia buscada o de interés.

Existe en los dos medios la presentación del ranking de noticias, así en diario Expreso encontramos una sección que se denomina “grandes temas” que se refieren a asuntos

que han causado gran interés en la ciudadanía, en cambio en diario ABC, se distingue claramente lo tratado en el espacio destinado a “noticias más leídas” con la opción de seleccionar del día, de la semana y del mes.

Para la suscripción a los Diarios, los dos medios dan la opción al lector de hacerlo a través de enviar un email, en el caso de ABC se denomina “formulario de registración” y en el caso de Expreso se denomina “club de suscripción”, con lo que los diarios les envían información a los usuarios.

Los dos medios disponen de acceso a RSS, en la que se encuentran los titulares de las noticias, con la diferencia que en diario ABC, se distingue no los titulares sino la clasificación por temas, ejemplo: nacionales, deportes, mundo, etc.

En las portadas de los medios se distingue widgets con figuras que señalan el tiempo, Expreso presenta el de diferentes ciudades del mundo y tiene enlace con la información a través del internet, ABC solamente de la localidad.

Los videos publicados en ABC y Expreso pueden ser compartidos a través de las redes sociales como facebook, twitter, myspace, etc., lo que no pueden es ser republicados en otros sitios.

Las noticias en ABC pueden ser enviadas a amigos a través de correo electrónico y redes sociales, ya que al lector, el medio le ofrece a través de una barra de herramientas el acceso a estas redes, no así en Expreso que no hay esa posibilidad directamente desde la plataforma.

En los dos medios las notas pueden ser impresas directamente desde la plataforma ya que le da la opción de imprimir.

Servicios, con relación a este tema, los dos medios disponen de espacios para la publicidad, considerando en mayor cantidad ABC de Paraguay, en el que se destinan espacios dedicados exclusivamente para tal efecto con la palabra publicidad.

Tanto en ABC como en Expreso, se puede apreciar espacios destinados a vender ciertos artículos como: viviendas, medios electrónicos, etc., pero no existe un lugar

específico con el nombre de tienda virtual, además, se expone al lector avisos clasificados sobre inmuebles, empleos, vehículos, así como también promociones de viajes, de inversiones, entre otros.

Sobre la información de servicios, diario Expreso ofrece los siguientes: pronóstico del tiempo, calendario, guía de la ciudad de Guayaquil, de gran importancia para el turismo, varios documentos en PDF que se refiere a normativa legal, proyectos de ley que se están discutiendo en la Asamblea Constituyente, informes de instituciones públicas. ABC por su parte ofrece los siguientes servicios: pronóstico del tiempo, calendario, cartelera de espectáculos, guía delivery la misma que se refiere a una carta de restaurantes y de farmacias, puntos Wi-Fi los mismos que corresponden a la publicación de un croquis de la ciudad con los lugares señalados por los lectores como más importantes de la misma y que orientan a las personas, consultas de catastro.

Sobre la información de ocio, el diario ABC ofrece una opción de entretenimiento con varias alternativas como juegos electrónicos, sudoku, rompecabezas, etc., y con la posibilidad de colocar un comentario y compartir con otros usuarios, diario Expreso en cambio, presenta en forma esporádica estos espacios como fue en una edición sobre la risoterapia en expresiones o un rompecabezas.

Información institucional, Diario ABC, pone al servicio del lector un link especialmente dedicado a este tema, en donde se trata asuntos sobre la historia del medio, la propiedad intelectual, su participación en el desarrollo nacional, su punto de vista sobre la libertad de expresión.

Diario Expreso no dispone de un espacio en el que se publique la información institucional del medio.

CAPÍTULO IV

4.1 CONCLUSIONES

- a. Los medios analizados son tradicionales en sus respectivos países, han emprendido ser medios modernos y estar acorde a la realidad comunicacional del presente, pero difieren en la aplicación de las diferentes herramientas web 2.0, se evidencia una mayor actualidad en el Diario ABC de Paraguay.
- b. La participación del público en un medio digital es la razón del periodismo 3.0, para lo cual se emplean las herramientas web 2.0 así lo hace en su edición digital el Diario ABC de Paraguay, en cambio Diario Expreso no lo aplica.
- c. Diario ABC de Paraguay cuenta con una sala de redacción para el medio digital, Diario Expreso por su parte cuenta con un área dedicada a virtualizar los contenidos que se publicarán en la plataforma del medio.
- d. Los periodistas de diario Expreso no están familiarizados con las herramientas web 2.0, al contrario de los de diario ABC de Paraguay que si las aplican.
- e. Las características de Diario ABC de Paraguay en relación a la comunicación digital son la hipertextualidad, la multimedialidad y la inmediatez, en diario Expreso, existe en forma limitada las tres características.

4.2 RECOMENDACIONES

- a. Que Diario Expreso realice una actualización de sus estrategias comunicacionales aplicadas en el medio digital, de tal manera que esté acordes a los demás medios a nivel regional y mundial.
- b. Diario Expreso debe considerar en su redacción digital, la participación del público en la interacción con los contenidos publicados en la plataforma del medio.
- c. En Diario Expreso se requiere mayor especialización en el área dedicada a la publicación de contenidos en la web, de tal manera de llegar a ser una verdadera sala de redacción digital con todos su integrantes que publiquen sus propios productos.

- d.** Diario Expreso debe impulsar la especialización de sus periodistas en el conocimiento de herramientas web 2.0 que requiere un medio digital, de tal manera de que se genere opinión en los lectores y así llegar al periodismo participativo con la recolección, contraste, análisis y la generación de información entre el medio y la ciudadanía.

- e.** Diario Expreso requiere mejorar la estructura de la información publicada en la web, de tal manera de que el lector pueda ir de un contenido a otro, sea texto imagen, video o cualquier formato de multimedia, todos relacionados entre sí, de tal manera que sea de fácil comprensión.

BIBLIOGRAFÍA

Cuesta Ubaldo, Psicología Social de la Comunicación, Edición Catedra, 2000, Pág. 110, 188.

INDAUTOR, Jornadas de Derecho de Autor, México, 2005.

Presentación en PPT Transición del periodismo tradicional al digital.

Artículos electrónicos

[http://es.wikipedia.org/wiki/web_2.0.](http://es.wikipedia.org/wiki/web_2.0)

[http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/anibal20.htm.](http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/anibal20.htm)

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redacciones-digitales-nativos-digitales/>

[http://www.hipertext.net/web/pag215.htm.](http://www.hipertext.net/web/pag215.htm)

Página Web síntesis de la Legislación de la UE, Artículo, Adhesión a los Tratados de la OMPI, 2006.

ANEXOS

ANEXO "A" TABLAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

ANEXO "B" TABLAS DE OBSERVACIÓN Y RECOGIDA DE DATOS

ANEXO "C" ENTREVISTAS

ANEXOS

ANEXO “A” TABLAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

DIARIO EXPRESO DEL ECUADOR

LUNES 10 DE AGOSTO DE 2009 No. 13166 PRIMERA EDICIÓN

EXPRESO

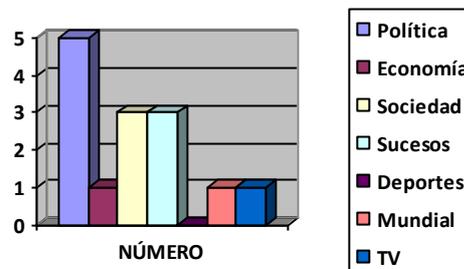
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 1 • 3 • 3 • 0 • 1 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Religiones • Servicios • Crónica 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 • 4 • 6 • 5 • 2 • 6 • 6 • 15 • 1 • 1 • 4 • 2
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 5 • 1 • 0 • GFS 1 • ALS 1 • MCV 1 • EFE 1 • AFP 1 • LIE 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 51 • 0 • 0 • 0 • AFP 5 • EFE 12 • PVC 2 • BHP 1 • REUTERS 3 • THE ECONOMIST 1 • YUMA GÓMEZ 1(Medellín) • CARLOS GELII 1

				(Barcelona)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 0 • 5 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 71 • 0 • 5 • 0 	
IMAGEN		IMAGEN		
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 0 • 1 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 0 • 0 • 0 • 1 • 7 	

SECCIONES UTILIZADAS

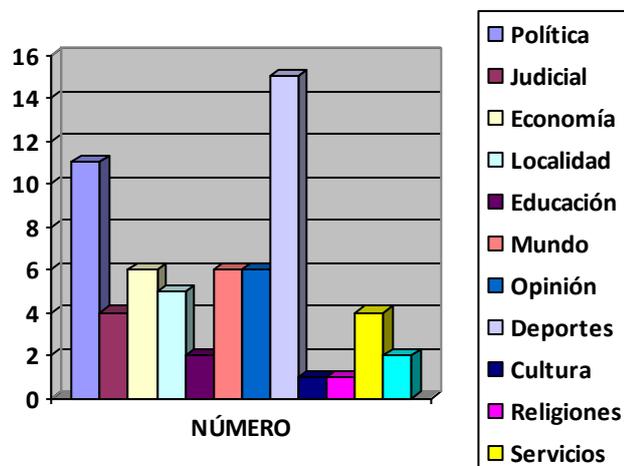
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	5
Economía	1
Sociedad	3
Sucesos	3
Deportes	0
Mundial	1
TV	1



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	11
Judicial	4
Economía	6
Localidad	5
Educación	2
Mundo	6
Opinión	6
Deportes	15
Cultura	1
Religiones	1
Servicios	4
Crónica	2



ANÁLISIS

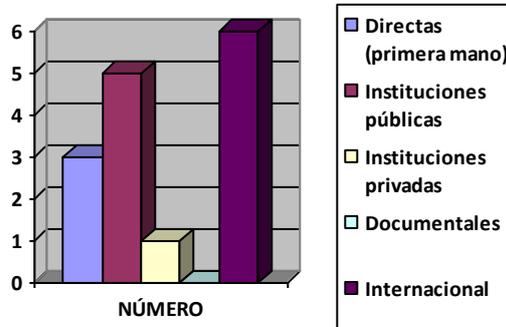
Secciones utilizadas

En el medio impreso las noticias de política son las de preferencia, mientras que en el medio digital son las noticias de deportes seguidas de las de política.

FUENTES UTILIZADAS

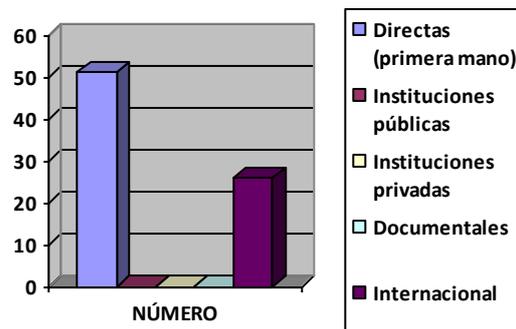
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	3
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	1
Documentales	0
Internacional	6



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	51
Instituciones públicas	0
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	26



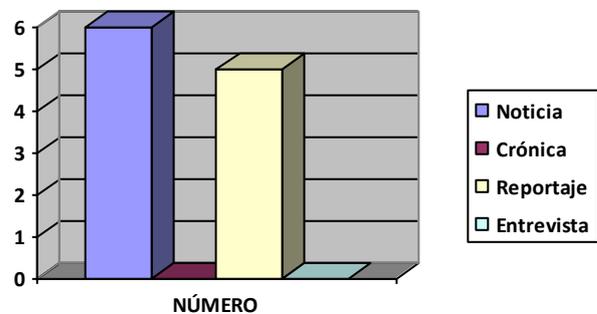
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes son varias, pero prevalecen las instituciones públicas como: la Comisión de Tránsito del Guayas, Policía Nacional, Ministro de Defensa, Presidencia de la República y las privadas como DATANALISIS que constituye una investigadora de mercado, quedando en un segundo plano las fuentes internacionales. Mientras que en el medio digital prevalecen las fuentes directas y las internacionales.

GÉNERO EMPLEADO

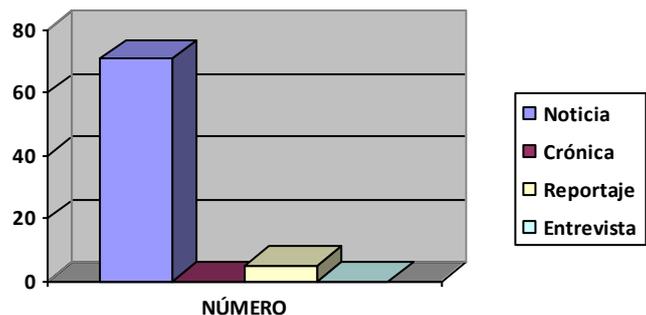
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	6
Crónica	0
Reportaje	5
Entrevista	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	71
Crónica	0
Reportaje	5
Entrevista	0



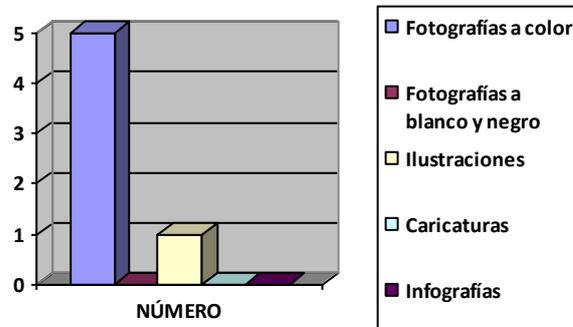
ANÁLISIS

En el medio impreso el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje especialmente de temas de interés para la comunidad o de actores de la sociedad como es el caso del sacerdote escocés Chambers que luego de 5 años de labor en Guayaquil, regresa a su país, o del profesor Wilson Flores que combina la docencia con el canto. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio impreso ya que no necesariamente son las mismas.

EMPLEO DE IMÁGENES

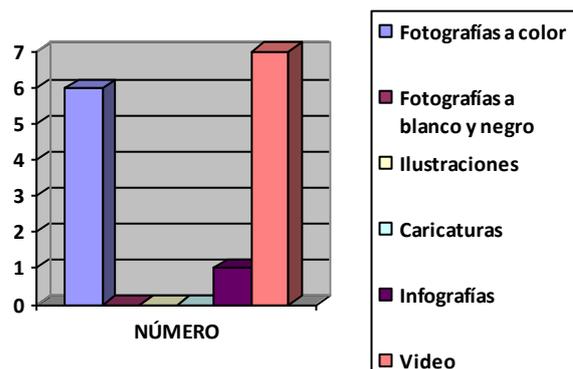
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	5
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	6
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	1
Video	7



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso de un cuadro estadístico que presenta las RAZONES DEL VISITANTE HABITUAL DEL MALL, lo que permite al lector una mayor comprensión.

En el medio digital, se nota que aprovecha mejor la tecnología para el uso de imágenes, tal es el caso de recuadros en los cuales se van actualizando las imágenes en forma periódica, además emplea otras imágenes que el medio impreso, se pudo distinguir una infografía para explicar una noticia como de un asalto a un centro comercial en la ciudad de Guayaquil y se evidencia de un gran uso de videos que permiten una mejor comprensión de las noticias y reportajes.

MARTES 18 DE AGOSTO DE 2009 PRIMERA EDICIÓN DIARIO EXPRESO

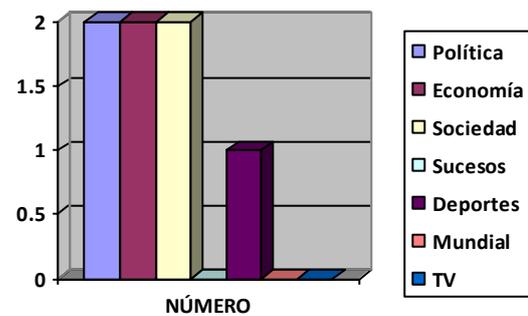
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 2 • 2 • 0 • 1 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Religiones • Servicios • Crónica 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 3 • 10 • 3 • 5 • 2 • 4 • 0 • 1 • 2 • 1 • 1
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 3 (MSP, CFN, SBS) • 0 • 0 • AFP 1 • EFE 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 • 10 (Policía N, CFN, SBS, IESS, PETROAMAZONAS, PRESIDENCIA DE LA R.,MSP, MUNICIPIO DE G., UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, DIRECCIÓN Prov. Edu. GUAYAS • 2 • 0 • AFP 3 • EFE 6 • BHS 1 • REUTERS 1 • THE ECONOMIST 1 • EL MUNDO 1 • CARLOS GELII 1

			(Barcelona)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 0 • 3 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 26 • 1 • 8 • 2 (Director Adm. Univ. Metropolitana, Directora de Educ. del Guayas)
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • • 0 • • 1 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 22 • • 0 • • 2 • 0 • 2 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

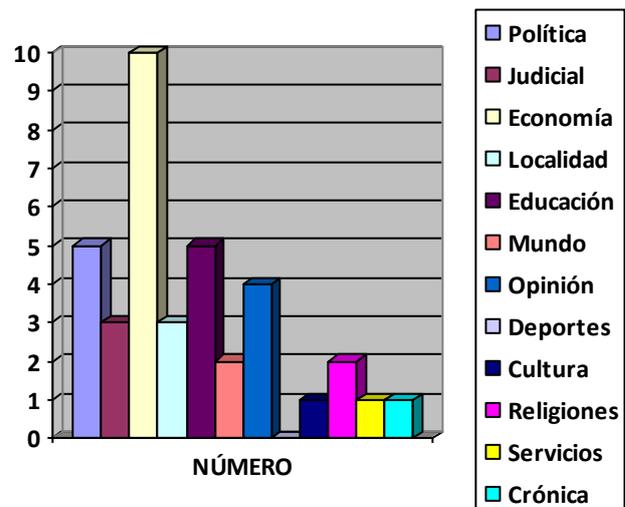
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	2
Economía	2
Sociedad	2
Sucesos	0
Deportes	1
Mundial	0
TV	0



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	5
Judicial	3
Economía	10
Localidad	3
Educación	5
Mundo	2
Opinión	4
Deportes	0
Cultura	1
Religiones	2
Servicios	1
Crónica	1



ANÁLISIS

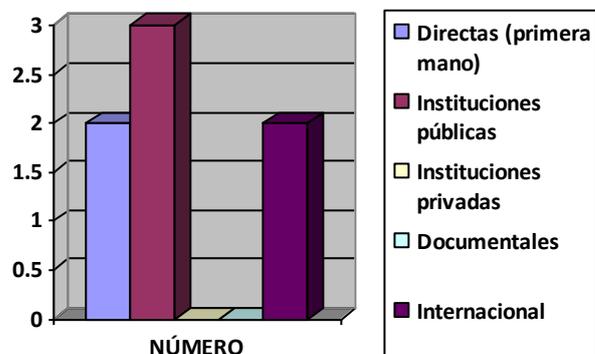
Secciones utilizadas

En el medio impreso las noticias de política, economía y sociedad fueron consideradas por igual en esta edición, mientras que en el medio digital son las noticias de economía, seguidas de política y educación.

FUENTES UTILIZADAS

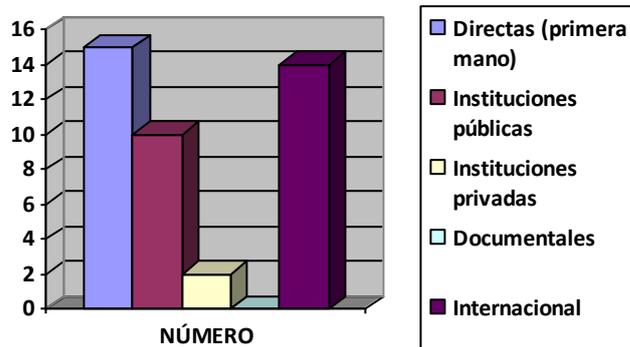
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	2
Instituciones públicas	3
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	2



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	15
Instituciones públicas	10
Instituciones privadas	2
Documentales	0
Internacional	14



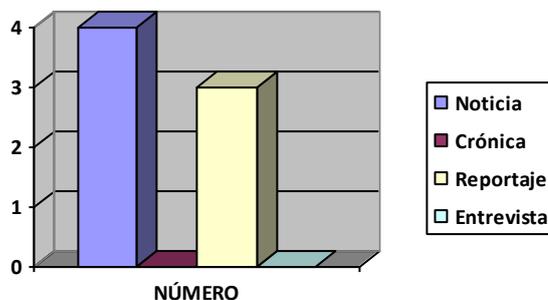
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes son varias, pero prevalecen las instituciones públicas como: la Ministerio de Salud Pública, Corporación Financiera Nacional, Superintendencia de Bancos y Seguros; quedando en un segundo plano las fuentes internacionales. Mientras que en el medio digital prevalecen las fuentes directas y las internacionales, pero se puede distinguir que han acudido en gran medida a las instituciones públicas, más que en el medio impreso.

GÉNERO EMPLEADO

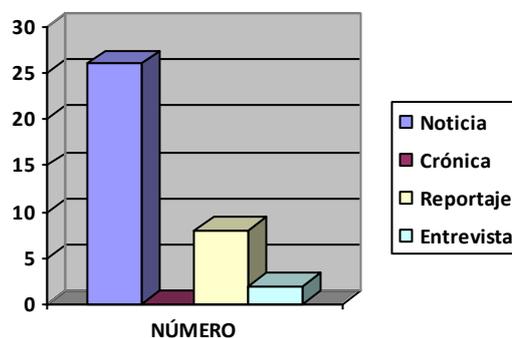
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	4
Crónica	0
Reportaje	3
Entrevista	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	26
Crónica	0
Reportaje	8
Entrevista	2



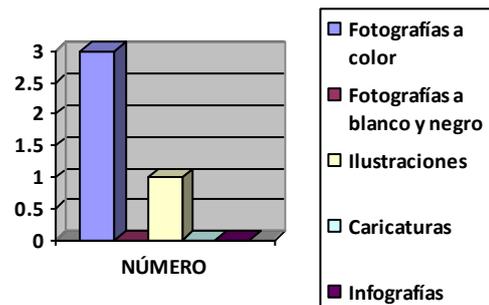
ANÁLISIS

En el medio impreso el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje especialmente de temas de interés para la comunidad como el que habla sobre la obesidad, el empleo de la tarjeta digital por parte de la población. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio impreso ya que no necesariamente son las mismas, de la misma manera se evidencia el uso de la entrevista como género periodístico.

EMPLEO DE IMÁGENES

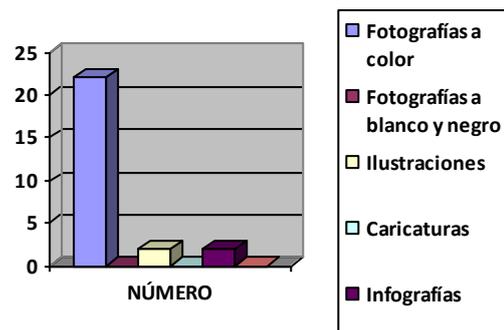
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	3
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	22
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	2
Caricaturas	0
Infografías	2
Video	0



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso del trasplante de corazón realizado en una población de Alemania, lo que permite al lector una mayor comprensión.

En el medio digital, el uso de la fotografía es mayor, prácticamente casi todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, también se emplea recuadros en los que se permite al usuario pasar varias fotografías sobre el mismo tema, además emplea otras imágenes que no son las mismas del medio impreso, se pudo distinguir el uso de la infografía como la relacionada a las tarjetas de crédito, lo que permitió explicar mejor la noticia.

MIÉRCOLES 26 DE AGOSTO DE 2009 No13182 PRIMERA EDICIÓN DIARIO EXPRESO

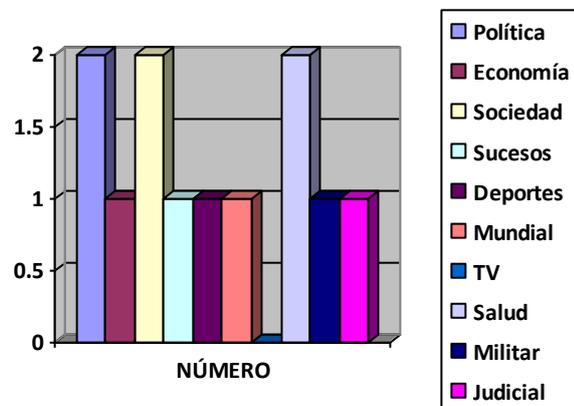
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV • Salud • Militar • Judicial 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 1 • 2 • 1 • 1 • 1 • 0 • 2 • 1 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Servicios • Columna • Sucesos • Salud • Edición Final • Militar • Sociedad • Suplementos • Entrega especial • Editorial • Ultima hora • publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 5 • 7 • 1 • 2 • 7 • 7 • 4 • 1 • 1 • 4 • 3 • 3 • 4 • 1 • 2 • 3 • 2 • 1 • 4 • 10
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 (Director de salud del Guayas, Directora del IESS, facultad de medicina de los Univ. De Gquil.) • 5(Asamblea, MSP, Dirección Prov. Edu, Estación Aeronaval Manta, DINAPEN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • 14 • 7 • (SBS,OEA, DINAPEN, CNT Presidencia, IESS, EAM)

<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 (Dpto. de Estado de EE.UU) • 0 • 2 (AFP, EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 (Centro de Convenciones, Universidades, UNE, Casa de Reposo) • 10 (REUTERS, EFE, MCV, LCF)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 • 0 • 7 • 3 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 • 0 • 17 • 4
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 • 0 • 1 • 0 • 1 (Aviones no tripulados) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 31 • 0 • 1 • 1 • 3 • 3

SECCIONES UTILIZADAS

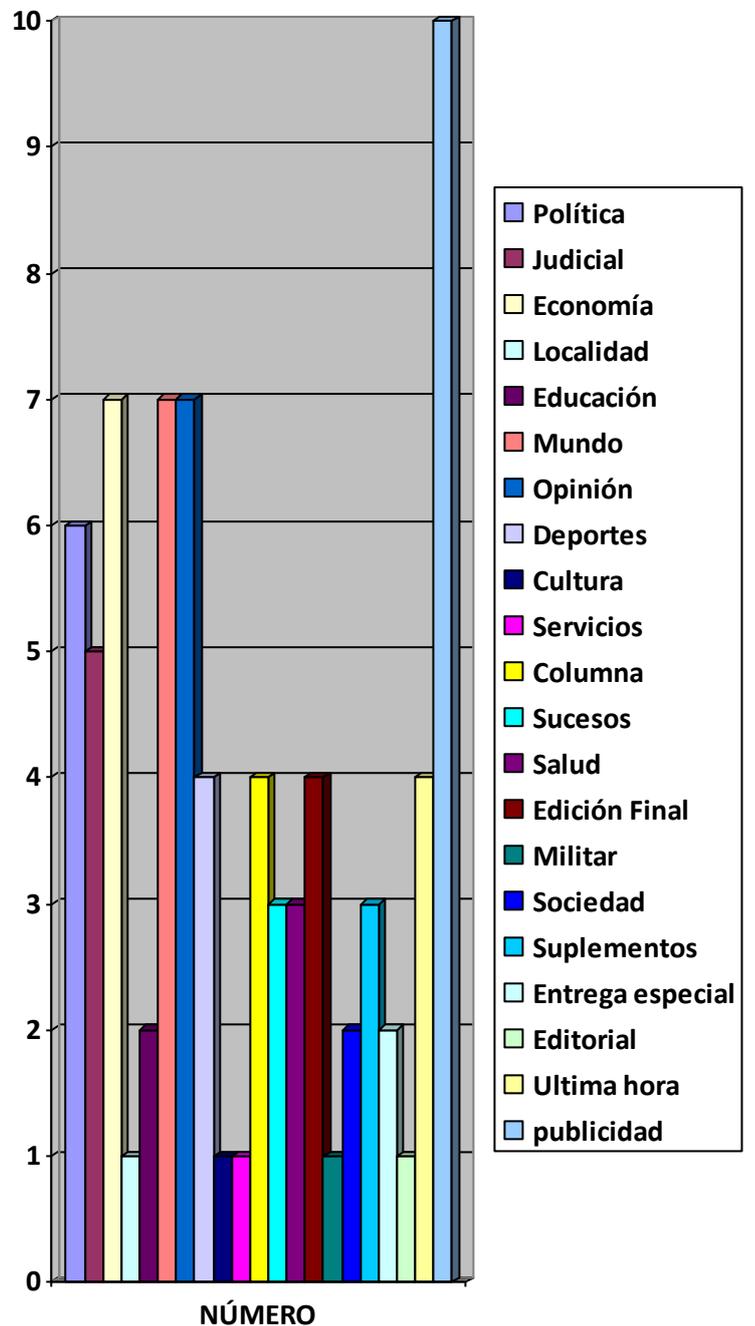
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	2
Economía	1
Sociedad	2
Sucesos	1
Deportes	1
Mundial	1
TV	0
Salud	2
Militar	1
Judicial	1



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	6
Judicial	5
Economía	7
Localidad	1
Educación	2
Mundo	7
Opinión	7
Deportes	4
Cultura	1
Servicios	1
Columna	4
Sucesos	3
Salud	3
Edición Final	4
Militar	1
Sociedad	2
Suplementos	3
Entrega especial	2
Editorial	1
Ultima hora	4
publicidad	10



ANÁLISIS

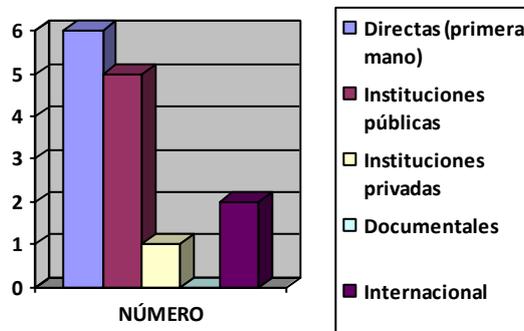
Secciones utilizadas

En el medio impreso las noticias de política, sociedad y salud fueron consideradas por igual en esta edición, mientras que en el medio digital son las noticias de economía, mundo y opinión, lo que hay que también considerar es que en el medio digital existe una gran cantidad de publicidad a lo largo y ancho de la portada.

FUENTES UTILIZADAS

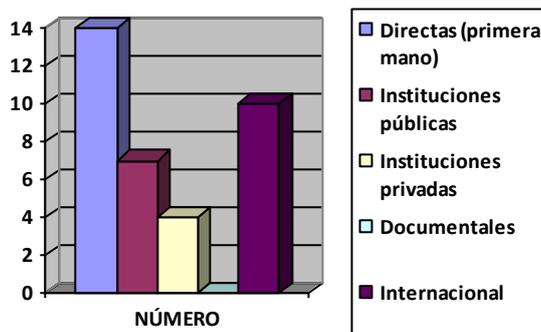
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	6
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	1
Documentales	0
Internacional	2



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	14
Instituciones públicas	7
Instituciones privadas	4
Documentales	0
Internacional	10



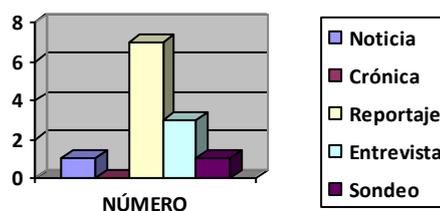
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes son varias, prevalecen las fuentes directas a base de entrevistas, seguidas de las instituciones públicas como: la Ministerio de Salud Pública, la Asamblea Nacional, la DINAPEN, la Dirección de Educación del Guayas, entre otras, quedando en un segundo plano las fuentes internacionales. Mientras que en el medio digital prevalecen las fuentes directas y las internacionales, siendo importante señalar que también emplean como fuentes las instituciones públicas, que varias coinciden con las del medio impreso como la DINAPEN.

GÉNERO EMPLEADO

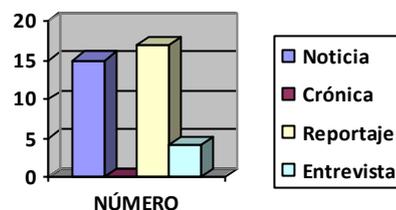
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	1
Crónica	0
Reportaje	7
Entrevista	3
Sondeo	1



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	15
Crónica	0
Reportaje	17
Entrevista	4



ANÁLISIS

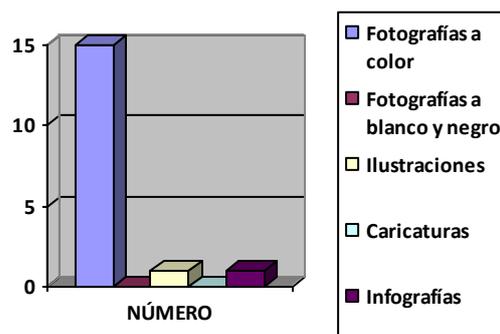
En el medio impreso el género que prevalece es el reportaje, seguido de la entrevista especialmente. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio impreso ya que no necesariamente son las mismas, también es evidente el uso del reportaje como género periodístico sobre varios temas de interés para la comunidad.

Muchas de las noticias de medio impreso están en el medio digital.

EMPLEO DE IMÁGENES

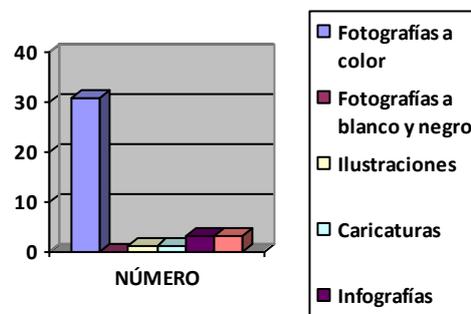
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	15
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	1



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	31
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	1
Infografías	3
Video	3



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso de la información del ingreso mensual por fondos, lo que permite al lector una mayor comprensión, también en este medio se distingue una infografía referente a los aviones no tripulados que adquirieron las FF.AA.

En el medio digital, el uso de la fotografía es mayor, prácticamente casi todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, también se emplea recuadros en los que se permite al usuario pasar varias fotografías sobre el mismo tema, además emplea otras imágenes que no son las mismas del medio impreso, se pudo distinguir el uso de tres infografías como las relacionadas con la ubicación de los hospitales de la ciudad de Guayaquil, los aviones no tripulados y el asalto del MALL del Sur, además se facilita el acceso a tres videos relacionados a noticias de actualidad.

JUEVES 03 DE SEPTIEMBRE DE 2009 No13190 PRIMERA EDICIÓN DIARIO EXPRESO

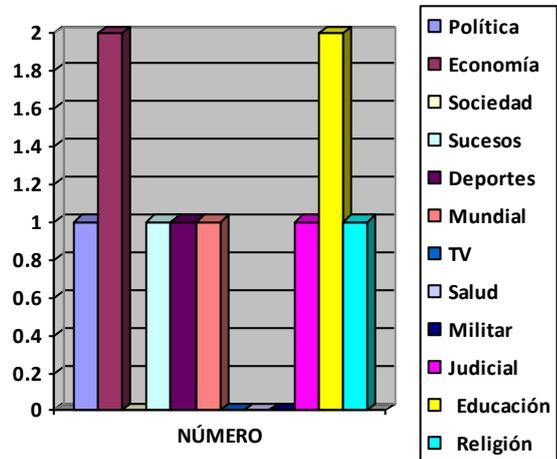
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV • Salud • Militar • Judicial • Educación • Religión 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 • 2 • 0 • 1 • 1 • 1 • 0 • 0 • 0 • 1 • 2 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Servicios • Columna • Sucesos • Salud • Edición Final • Militar • Sociedad • Suplementos • Entrega especial • Editorial • Ultima hora • Publicidad • Especial • Encuesta • Religión 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 8 • 7 • 0 • 2 • 1 • 5 • 1 • 3 • 0 • 4 • 2 • 1 • 0 • 0 • 0 • 3 • 2 • 0 • 4 • 5 • 6 • 1 • 1
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 • 4(CONESUP, POLICÍA, STGR, BANCO CENTRAL) • 1 (CC PIAZZA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • • • • 8(PETROCOMERCIAL, FISCALÍA, CNE, SBS, ASAMBLEA, BCE, STGR) • 5 (FEF, CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, PUEBLOS MONTUVIOS DEL ECUADOR, TELEAMAZONAS, CC)

<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 1(LA CARIDAD EN LA VERDAD) • 3 (AFP, EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Internacionales 	PIAZZA) 6 (PARTE POLICIAL, CASO TEXACO) <ul style="list-style-type: none"> • 4 (EFE, AFP)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 0 • 4 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 14 • 0 • 4 • 3(ECO. VITERI, PROFESORA ESCUELA, MAYOR IGNACIO VITERI)
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 • 0 • 1(CONESUP) • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video • Graficos Relacionados • Foto Galerías 	<ul style="list-style-type: none"> • 35 • 0 • 0 • 1 • 3 • 5 • 1 • 3 fotos

SECCIONES UTILIZADAS

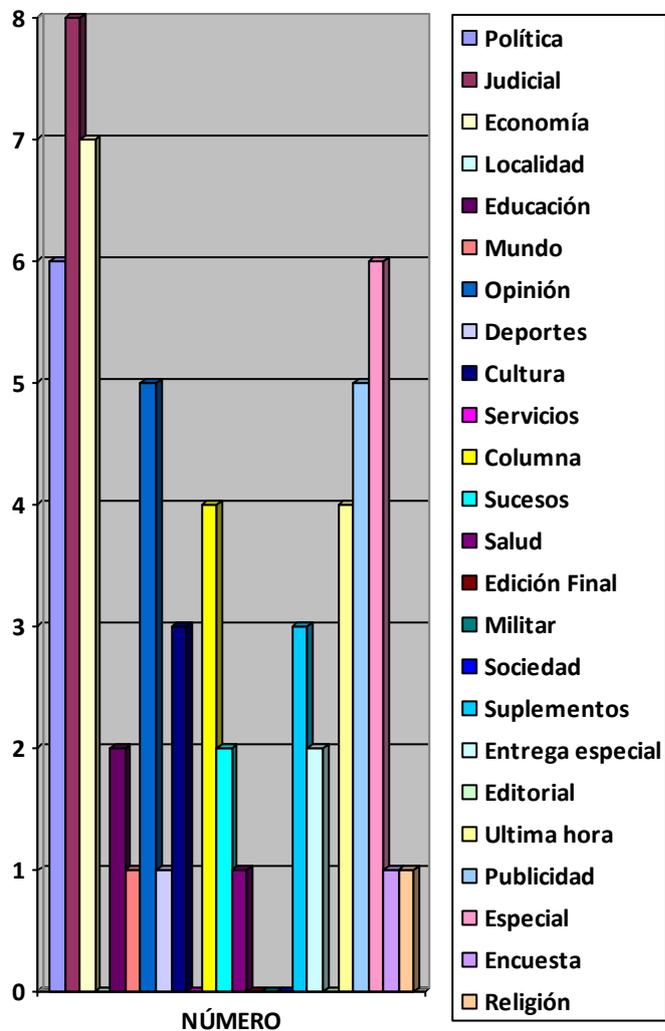
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	1
Economía	2
Sociedad	0
Sucesos	1
Deportes	1
Mundial	1
TV	0
Salud	0
Militar	0
Judicial	1
Educación	2
Religión	1



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	6
Judicial	8
Economía	7
Localidad	0
Educación	2
Mundo	1
Opinión	5
Deportes	1
Cultura	3
Servicios	0
Columna	4
Sucesos	2
Salud	1
Edición Final	0
Militar	0
Sociedad	0
Suplementos	3
Entrega especial	2
Editorial	0
Ultima hora	4
Publicidad	5
Especial	6
Encuesta	1
Religión	1



ANÁLISIS

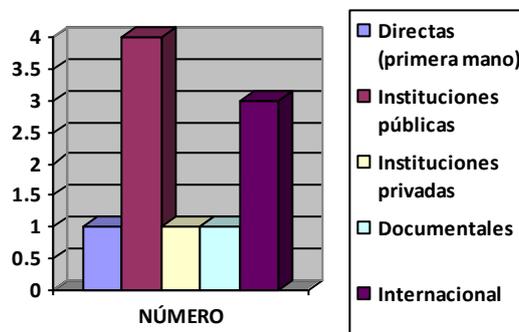
Secciones utilizadas

En el medio impreso las noticias de economía y educación son las más relevantes, mientras que en el medio digital son las de economía, político y judicial, lo que hay que también considerar es que en el medio digital existe una gran cantidad de publicidad en toda la portada.

FUENTES UTILIZADAS

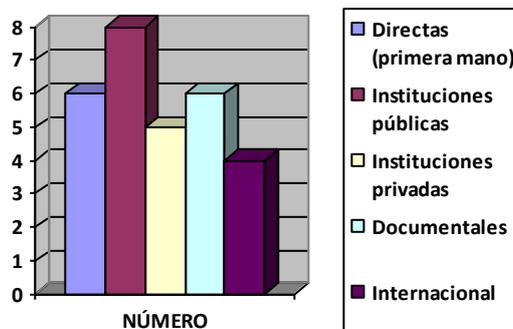
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	1
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	1
Documentales	1
Internacional	3



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	6
Instituciones públicas	8
Instituciones privadas	5
Documentales	6
Internacional	4



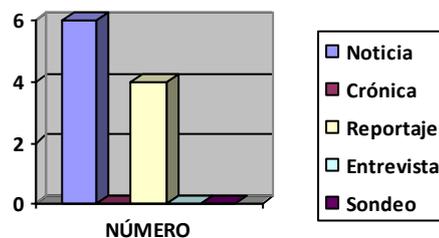
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes son varias, prevalecen las fuentes las instituciones públicas como: la Policía Nacional, el Banco Central, el CONESUP, la Secretaría Técnica de Control de Riesgos, también se distinguen las fuentes internacionales y un documento de carácter religioso expedido por el Papa. Mientras que en el medio digital prevalecen como fuentes las instituciones públicas, las fuentes directas, los documentos que en esta edición corresponden al caso que sigue el país en contra de la petrolera TEXACO, en definitiva, lo relevante de esta edición es que tanto en el medio impreso como digital existe el empleo como fuentes a documentos.

GÉNERO EMPLEADO

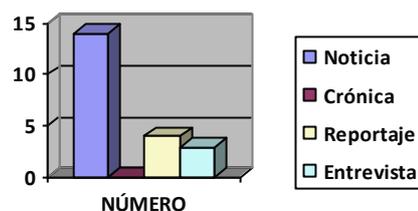
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	6
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	0
Sondeo	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	14
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	3



ANÁLISIS

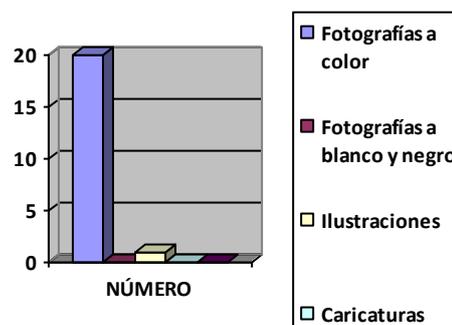
En el medio impreso el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje cubriendo diferentes tópicos como el económico, el deportivo, de gran interés para la comunidad. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, seguido del reportaje y la entrevista.

Muchas de las noticias de medio impreso están en el medio digital.

EMPLEO DE IMÁGENES

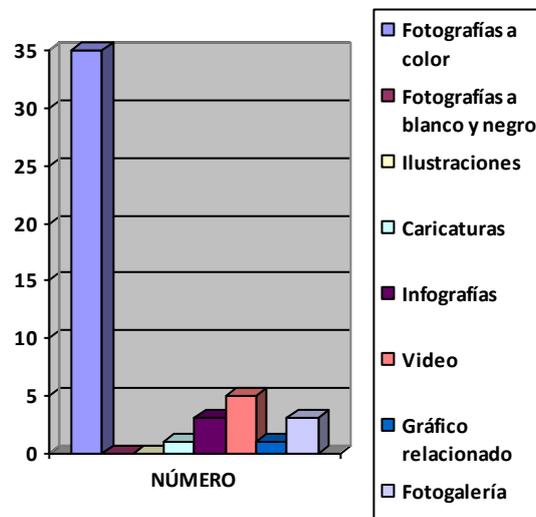
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	20
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	35
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	1
Infografías	3
Video	5
Gráfico relacionado	1
Fotogalería	3



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso de la información de los Maestros universitarios en cifras, lo que permite al lector una mayor comprensión,

En el medio digital, el uso de la fotografía a color es mayor, prácticamente todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, en esta edición se distingue caricatura, infografías que se mantienen desde las ediciones anteriores, también se emplean videos para presentar noticias de interés para la comunidad, un espacio destinado a la fotogalería con tres fotografías a colores y una particularidad detectada en esta edición es que existe un gráfico relacionado a una noticia que se publica cuando es desplegada la totalidad de la misma.

**VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE DE 2009 No13198 PRIMERA EDICIÓN DIARIO
EXPRESO**

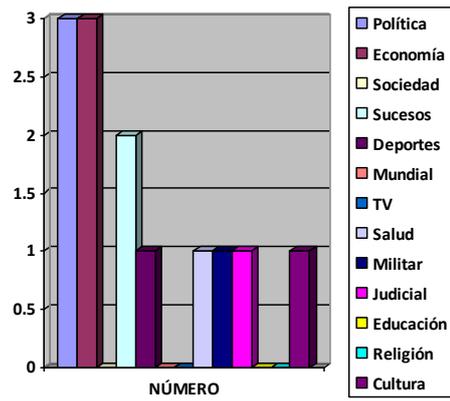
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV • Salud • Militar • Judicial • Educación • Religión • Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 3 • 0 • 2 • 1 • 0 • 0 • 1 • 1 • 1 • 0 • 0 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Servicios • Columna • Sucesos • Salud • Edición Final • Militar • Sociedad • Suplementos • Entrega especial • Editorial • Ultima hora • Publicidad • Especial • Encuesta • Religión • Grandes temas • Tienda virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • 9 • 7 • 5 • 1 • 7 • 8 • 4 • 8 • 4 • 1 • 4 • 3 • 1 • 0 • 1 • 0 • 3 • 0 • 1 • 4 • 5 • 7 • 0 • 1 • 5 • 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • Instituciones públicas • Instituciones 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 4(PRETROPRODUCCIÓN, PROCURADURÍA, MUNICIPIO DE GUAQ.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • Instituciones Públicas • Instituciones 	<ul style="list-style-type: none"> • 14 • 5 (PROCURADURÍA, CFN, FISCALÍA, POLICÍA, PETROPRODUCCIÓN). • 5 (TELEAMAZONA S, AME, ALIANZA P, COLEG. 28 DE

privadas	<ul style="list-style-type: none"> • 2 (AME, FUNDARMAF) 	privadas	MAYO, SEK)
<ul style="list-style-type: none"> • Documentales Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 1(INFORME DE PETROPRO.) • 2 (AFP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 • 10 (AFP, EFE)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 0 • 5 • 1 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 21 • 0 • 8 • 4
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 • 0 • 1(MERCADO BURSATIL DE GUAQ.) • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video • Foto noticia • Foto Galerías 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 • 1 • 0 • 1 • 4 • 3 • 1 • 2

SECCIONES UTILIZADAS

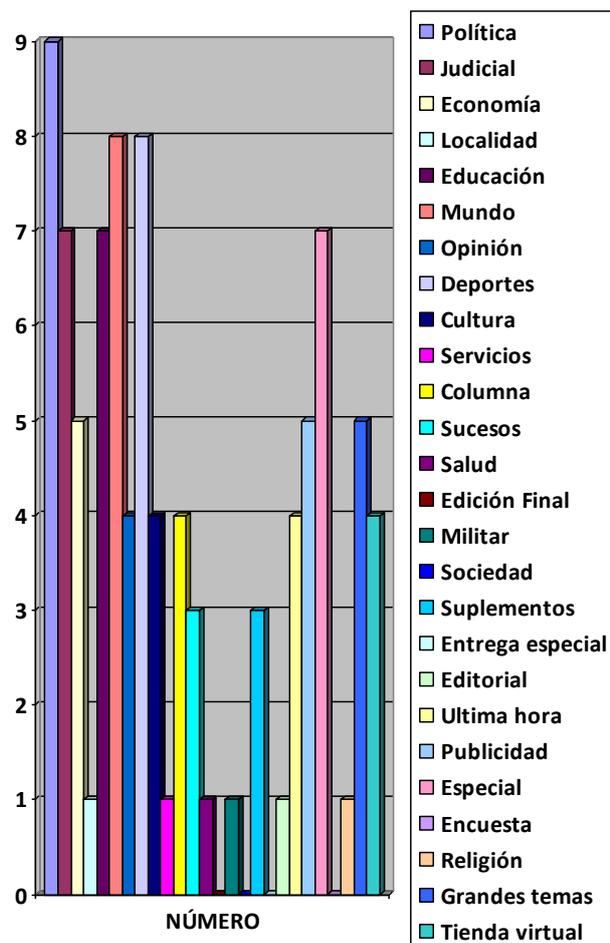
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	3
Economía	3
Sociedad	0
Sucesos	2
Deportes	1
Mundial	0
TV	0
Salud	1
Militar	1
Judicial	1
Educación	0
Religión	0
Cultura	1



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	9
Judicial	7
Economía	5
Localidad	1
Educación	7
Mundo	8
Opinión	4
Deportes	8
Cultura	4
Servicios	1
Columna	4
Sucesos	3
Salud	1
Edición Final	0
Militar	1
Sociedad	0
Suplementos	3
Entrega especial	0
Editorial	1
Ultima hora	4
Publicidad	5
Especial	7
Encuesta	0
Religión	1
Grandes temas	5
Tienda virtual	4



ANÁLISIS

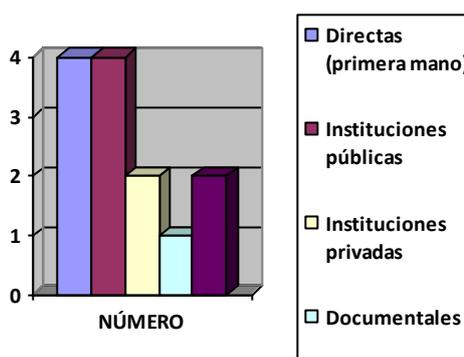
Secciones utilizadas

En esta edición, tanto en el medio impreso como en el digital, las noticias de carácter político son las que han tenido preponderancia, seguidas de las económicas, es importante señalar, que el medio digital dio gran cobertura a las noticias de tipo judicial, deportivas y de educación que fueron las que se diferenciaron en la presente jornada. Algo que marcó la diferencia en esta edición, con relación a las demás, es que el medio digital consideró en su portada un espacio dedicado a una tienda virtual, en la que se ofrece productos de diferente índole.

FUENTES UTILIZADAS

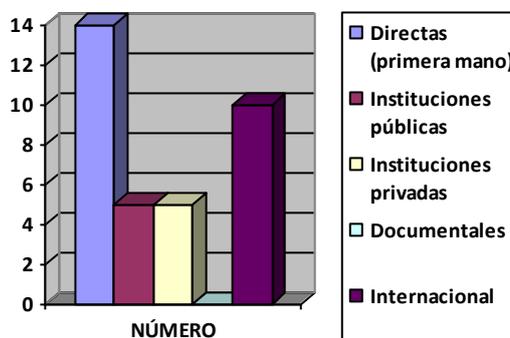
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	4
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	2
Documentales	1
Internacional	2



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	14
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	5
Documentales	0
Internacional	10



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, prevalecen las fuentes directas y las instituciones públicas, entre estas últimas tenemos a: la Policía Nacional, la Procuraduría, la CFN, la Fiscalía, Petroproducción, varias noticias son las mismas en los dos medios por tanto sus fuentes son similares como las relacionadas a la Procuraduría y a Petroproducción.

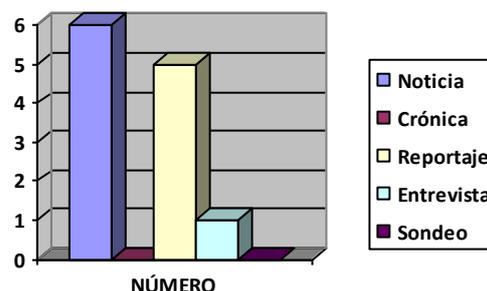
Con relación a las instituciones privadas como fuentes, tenemos que el medio digital es el que más las emplea y entre las cuales podemos distinguir a: la AME, Teleamazonas, Alianza País, Colegio 28 de Mayo y Colegio SEK.

Con relación a las fuentes internacionales, el medio digital es el que más las emplea, entre las que se distinguen a las agencias EFE y AFP.

GÉNERO EMPLEADO

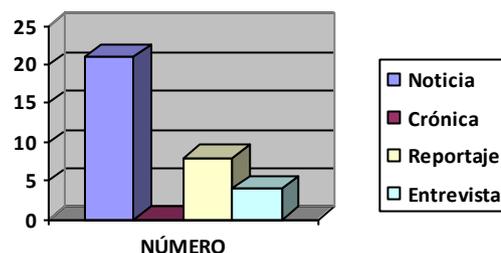
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	6
Crónica	0
Reportaje	5
Entrevista	1
Sondeo	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	21
Crónica	0
Reportaje	8
Entrevista	4



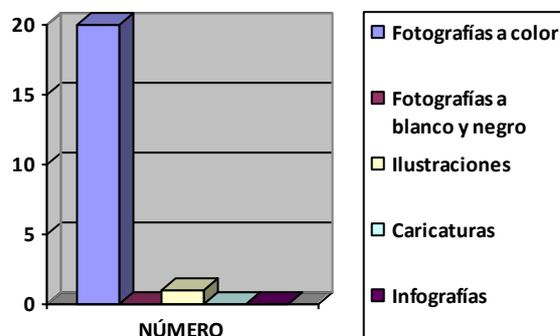
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje cubriendo diferentes tópicos como el económico, el deportivo, de gran interés para la comunidad. Mientras que el medio digital prevalece la entrevista.

EMPLEO DE IMÁGENES

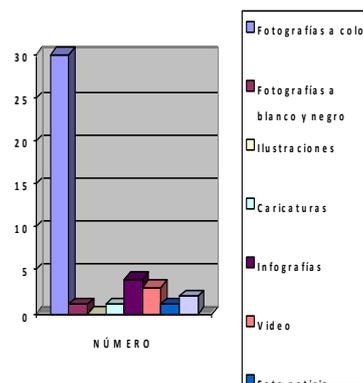
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	20
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	30
Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	0
Caricaturas	1
Infografías	4
Video	3
Foto noticia	1
Foto galería	2



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso de la información sobre el mercado bursátil de la ciudad de Guayaquil, lo que permite al lector una mayor comprensión,

En el medio digital, el uso de la fotografía a color es mayor, lo que se distingue en esta edición es la presencia de una fotografía blanco y negro y un espacio dedicado a la foto Noticia, una caricatura, infografías que prácticamente se mantienen las de las ediciones anteriores, videos que de igual manera son los anteriores y fotogalería.

SÁBADO 19 DE SEPTIEMBRE DE 2009 PRIMERA EDICIÓN DIARIO EXPRESO

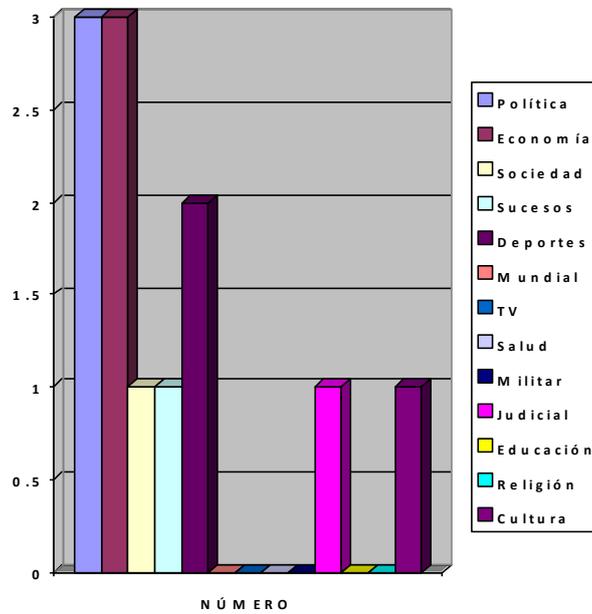
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV • Salud • Militar • Judicial • Educación • Religión • Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 3 • 1 • 1 • 2 • 0 • 0 • 0 • 0 • 1 • 0 • 0 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Servicios • Columna • Sucesos • Salud • Edición Final • Militar • Sociedad • Suplementos • Entrega especial • Editorial • Ultima hora • Publicidad • Especial • Encuesta • Religión • Grandes temas 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 • 5 • 4 • 1 • 6 • 7 • 3 • 6 • 2 • 1 • 3 • 2 • 1 • 0 • 0 • 0 • 3 • 0 • 1 • 4 • 6 • 6 • 0 • 1 • 5
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • • Instituciones públicas • • Instituciones privadas • • Documentales • • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • • • 4(UNE, POLICÍA, MUNICIPIO DE GUAQ.) • • 0 • • 0 • • 2 (AFP, 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • • Instituciones Públicas • • Instituciones privadas • • Documentales • 	<ul style="list-style-type: none"> • 17 • • • 4(POLICÍA, UNE). • • 1(ALIANZA P,) • • 0 • • 7 (AFP, EFE,

	EFE)	• Internacionales	ANSA)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 • 0 • 4 • 1 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 19 • 0 • 6 • 2
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 18 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video • Foto noticia • Foto Galerías 	<ul style="list-style-type: none"> • 27 • 0 • 0 • 0 • 4 • 2 • 0 • 2

SECCIONES UTILIZADAS

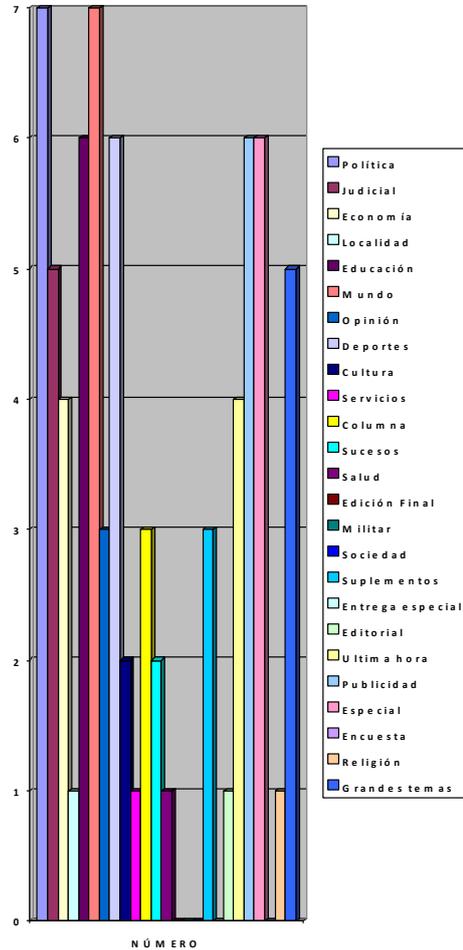
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	3
Economía	3
Sociedad	1
Sucesos	1
Deportes	2
Mundial	0
TV	0
Salud	0
Militar	0
Judicial	1
Educación	0
Religión	0
Cultura	1



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	7
Judicial	5
Economía	4
Localidad	1
Educación	6
Mundo	7
Opinión	3
Deportes	6
Cultura	2
Servicios	1
Columna	3
Sucesos	2
Salud	1
Edición Final	0
Militar	0
Sociedad	0
Suplementos	3
Entrega especial	0
Editorial	1
Ultima hora	4
Publicidad	6
Especial	6
Encuesta	0
Religión	1
Grandes temas	5



ANÁLISI

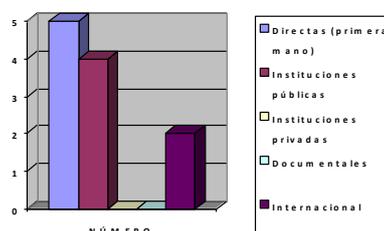
Secciones utilizadas

Tanto en el medio impreso como en el digital, las noticias de carácter político son las que han tenido preponderancia, seguidas de las económicas, deportivas y las judiciales, lo que nos permite identificar que por lo general esta es la tendencia en esta edición.

FUENTES UTILIZADAS

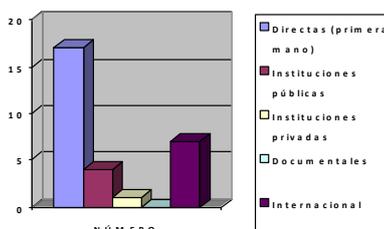
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	5
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	2



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	17
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	1
Documentales	0
Internacional	7



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, prevalecen las fuentes directas y las instituciones públicas, entre estas tenemos a: la Policía Nacional, la UNE, entre otras.

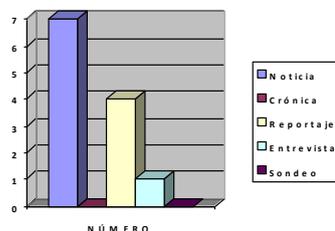
Con relación a las instituciones privadas como fuentes, tenemos que el medio digital se emplea a Alianza País, organización política.

Con relación a las fuentes internacionales, el medio digital es el que más las emplea, entre las que se distinguen a las agencias EFE, ANSA y AFP.

GÉNERO EMPLEADO

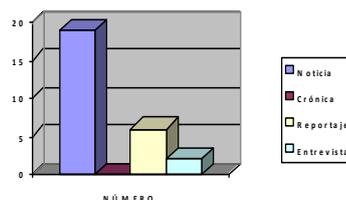
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	7
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	1
Sondeo	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	19
Crónica	0
Reportaje	6
Entrevista	2



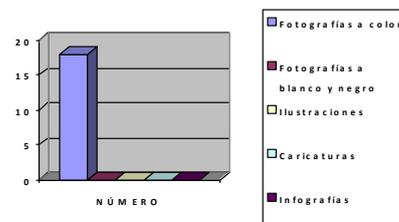
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje cubriendo diferentes tópicos como el económico, el deportivo, el de interés para la comunidad. Mientras que el medio digital prevalece la entrevista.

EMPLEO DE IMÁGENES

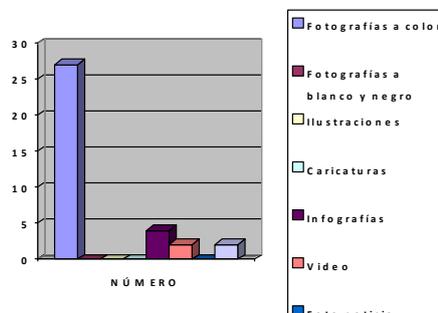
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	18
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	27
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	4
Video	2
Foto noticia	0
Foto galería	2



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el empleo de las imágenes a color con lo que esta tendencia se confirma con más cada día, lo que si le identifica al medio digital es que en este se emplean otros tipos de herramientas como las infografías que se han mantenido durante todos los días, videos y foto galería.

**DOMINGO 27 DE SEPTIEMBRE DE 2009 No 13214 PRIMERA EDICIÓN DIARIO
EXPRESO**

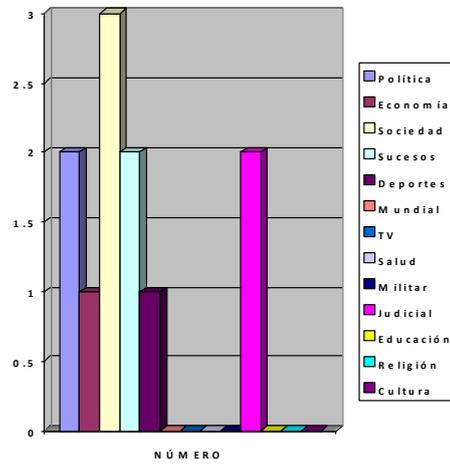
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • TV • Salud • Militar • Judicial • Educación • Religión • Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 1 • 3 • 2 • 1 • 0 • 0 • 0 • 0 • 2 • 0 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Localidad • Educación • Mundo • Opinión • Deportes • Cultura • Servicios • Columna • Sucesos • Salud • Edición Final • Militar • Sociedad • Suplementos • Entrega especial • Editorial • Ultima hora • Publicidad • Especial • Encuesta • Religión • Grandes temas 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 2 • 3 • 1 • 3 • 2 • 3 • 3 • 1 • 1 • 3 • 2 • 0 • 0 • 0 • 0 • 3 • 0 • 1 • 4 • 5 • 6 • 0 • 0 • 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • Instituciones públicas • • Instituciones privadas • • Documentales • • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 9 • • 1(POLICÍA) • • 3(CONAIE, UNE, LEMONDE) • • 0 • • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • Instituciones Públicas • • Instituciones privadas • • Documentales • • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> •15 • • 4(POLICÍA) • • 3(UNE, CONAIE, LEMONDE) • • 0 • • 5 (AFP, EFE,

			ANSA)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 • 0 • 8 • 1 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 0 • 7 • 1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 • • 0 • • 0 • 2 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video • Foto noticia • Foto Galerías 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 • 0 • • 0 • 0 • 4 • 2 • 0 • 2

SECCIONES UTILIZADAS

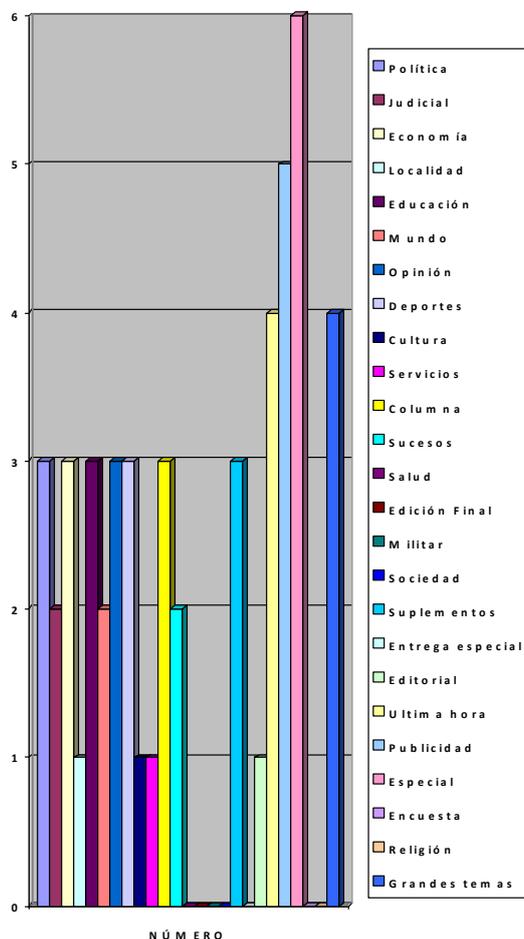
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	2
Economía	1
Sociedad	3
Sucesos	2
Deportes	1
Mundial	0
TV	0
Salud	0
Militar	0
Judicial	2
Educación	0
Religión	0
Cultura	0



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	3
Judicial	2
Economía	3
Localidad	1
Educación	3
Mundo	2
Opinión	3
Deportes	3
Cultura	1
Servicios	1
Columna	3
Sucesos	2
Salud	0
Edición Final	0
Militar	0
Sociedad	0
Suplementos	3
Entrega especial	0
Editorial	1
Ultima hora	4
Publicidad	5
Especial	6
Encuesta	0
Religión	0
Grandes temas	4



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

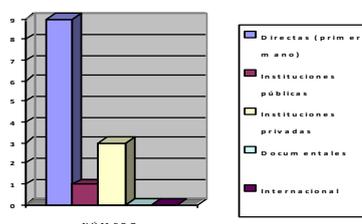
En el medio impreso se distinguen las secciones con temas de carácter social, política y de sucesos de diferentes temas como: la defensa de los derechos sexuales de las minorías impulsada por Mariela Castro hija del Presidente de Cuba.

En el medio digital las secciones que fueron cubiertas con mayor cantidad de temas fueron: políticas, económicas, educación, deportes, en ese orden, distinguiéndose que varias de las noticias del medio impreso son presentadas en el medio digital.

FUENTES UTILIZADAS

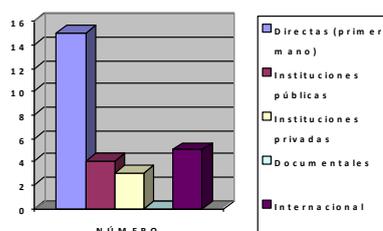
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	9
Instituciones públicas	1
Instituciones privadas	3
Documentales	0
Internacional	0



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	15
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	3
Documentales	0
Internacional	5



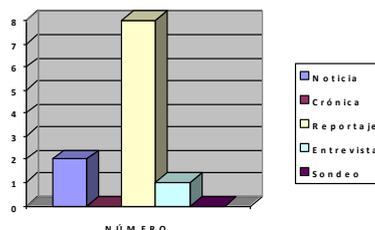
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes de carácter directo son las que prevalecen seguidas de las instituciones privadas, en el medio digital en cambio son las fuentes directas, seguidas de las instituciones públicas, que para esta edición fue la Policía.

GÉNERO EMPLEADO

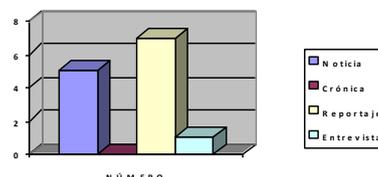
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	2
Crónica	0
Reportaje	8
Entrevista	1
Sondeo	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	5
Crónica	0
Reportaje	7
Entrevista	1



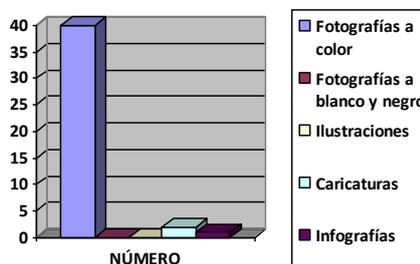
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia, pero el de mayor cobertura es el reportaje cubriendo diferentes tópicos como el económico, religioso, deportivo, diversión, justicia, en fin una gran variedad de aspectos de interés para la comunidad.

EMPLEO DE IMÁGENES

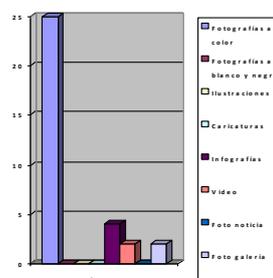
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	40
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	2
Infografías	1



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	25
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	4
Video	2
Foto noticia	0
Foto galería	2



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el uso de la fotografía a color, con la particularidad que por esta ocasión, fue en el medio impreso en el que más se emplearon, lo que no estaba sucediendo a lo largo de nuestro análisis.

En esta edición también se distingue la utilización de caricaturas en el medio impreso, que por lo general no es empleada.

En los dos medios se mantiene el empleo de la infografía como aclaratoria a las noticias presentadas, lo que se distingue es que en el medio digital permanecen grabadas las infografías anteriores con libre acceso a las mismas.

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO

LUNES 10 DE AGOSTO DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

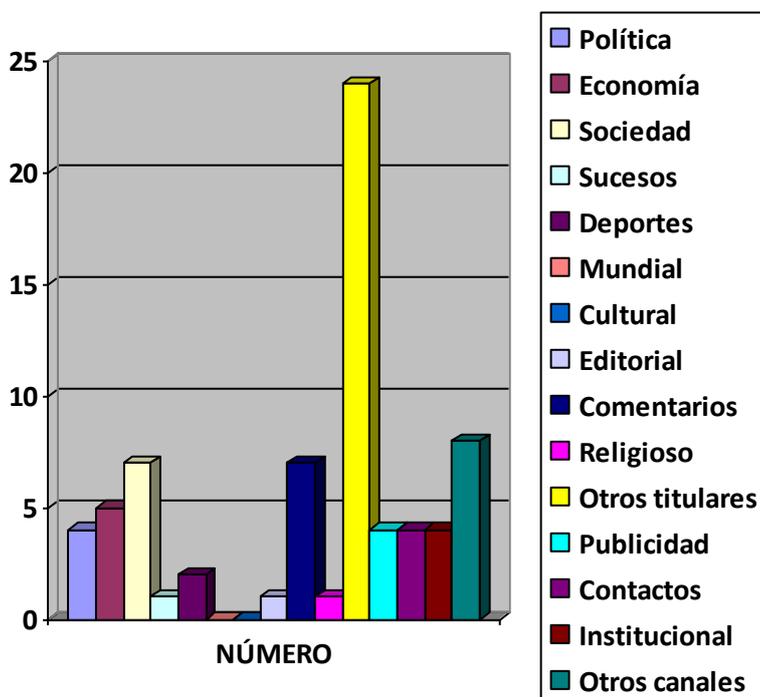
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 5 • 7 • 1 • 2 • 0 • 0 • 1 • 7 • 1 • 24 • 4 • 4 • 4 • 8 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 0 • 0 • 4 • 0 • 6 • 2 • 1 • 2 • 1 • 13 • 8 • 2 • 4 • 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 • 5 (FF.AA, MOPC, SNC, MUNICIPIO, BCP) • 4 • 1 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 3 (MOPC, IPS, MSP) • 5 (PPQ, CPAF, FISCAL, GOBERNADOR, SIP) • 0 • AFP 2 • EFE 7 • ANSA 1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica 	<ul style="list-style-type: none"> • 42 • 0

<ul style="list-style-type: none"> • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 14 • 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 6 (Deportistas de renombre)
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 0 • 3 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

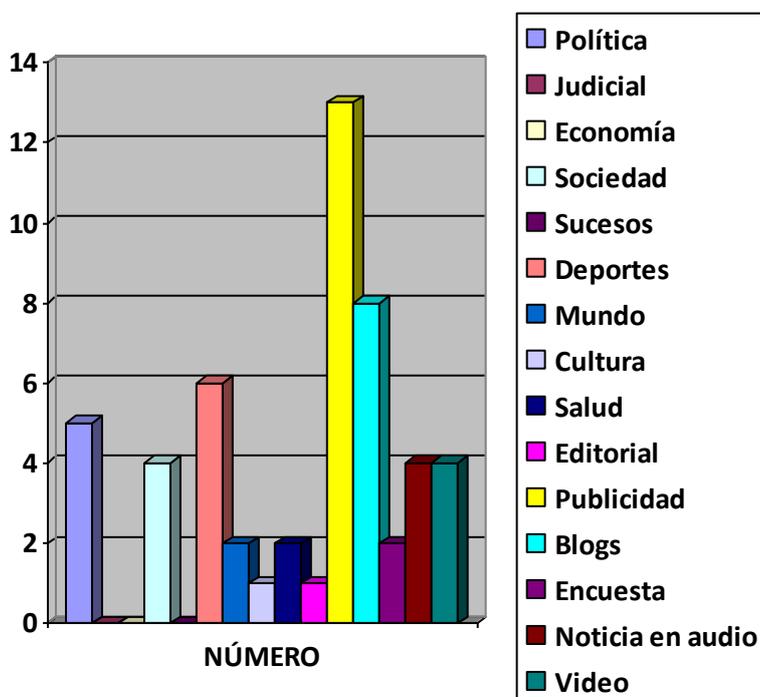
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	4
Economía	5
Sociedad	7
Sucesos	1
Deportes	2
Mundial	0
Cultural	0
Editorial	1
Comentarios	7
Religioso	1
Otros titulares	24
Publicidad	4
Contactos	4
Institucional	4
Otros canales	8



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	5
Judicial	0
Economía	0
Sociedad	4
Sucesos	0
Deportes	6
Mundo	2
Cultura	1
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	13
Blogs	8
Encuesta	2
Noticia en audio	4
Video	4



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

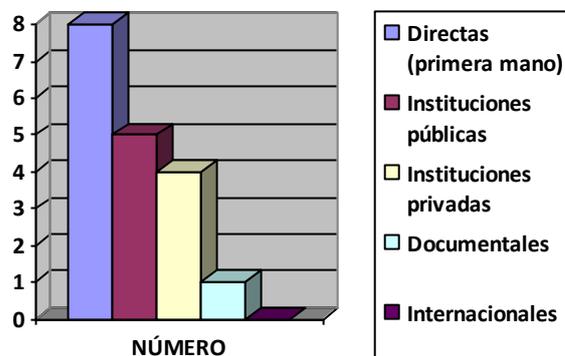
En el medio impreso se distingue la presencia de una gran cantidad de titulares de noticias desplegadas en el espacio otros titulares, que al hacer clic se despliega la noticia completa; además se pone al servicio del lector la sección de otros canales que le permiten acceder a varios espacios en los que puede interactuar con los contenidos y otros usuarios ABC ciudadano, ABC Blogs; también es importante señalar que existe la posibilidad de acceder a un espacio de comentarios y a noticias de sociedad todo esto como lo más relevante.

En el medio digital se distingue una gran cantidad de espacios dedicado a la publicidad, deportes y a los blogs, con lo que le permite al lector interactuar con los contenidos.

FUENTES UTILIZADAS

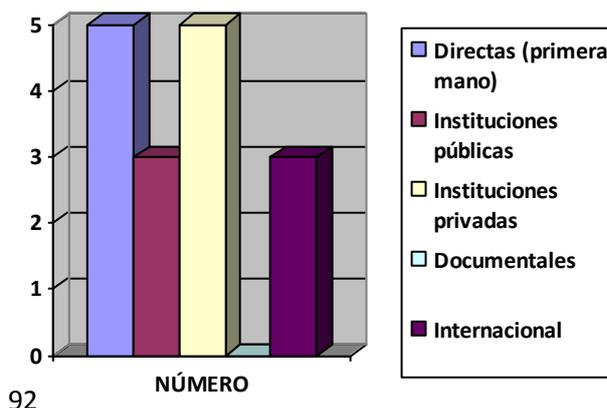
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	8
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	4
Documentales	1
Internacionales	0



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	5
Instituciones públicas	3
Instituciones privadas	5
Documentales	0
Internacional	3



ANÁLISIS

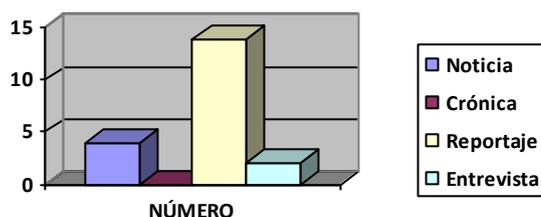
En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguida de las Instituciones Públicas como: Fuerzas Armadas, Ministerio de Obras Públicas y Comunicación, Municipio y las Instituciones Privadas como: la Consejo Nacional de Juegos de Azar CNJA, entre otras, no se distingue la utilización de fuentes internacionales.

En el medio digital las instituciones más empleadas son las de primera mano y las instituciones privadas, en este medio se distingue la utilización de las fuentes internacionales como: EFE, AFP.

GÉNERO EMPLEADO

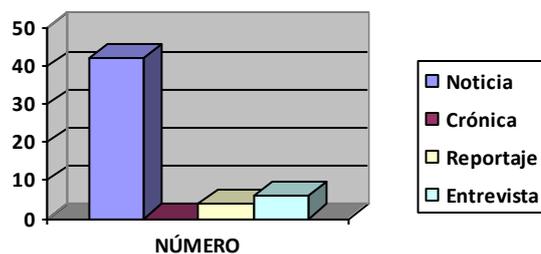
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	4
Crónica	0
Reportaje	14
Entrevista	2



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	42
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	6



ANÁLISIS

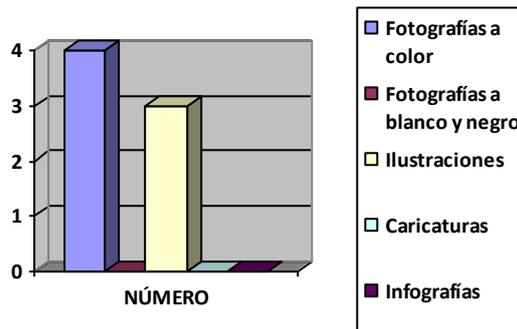
En el medio impreso el género que prevalece es el reportaje, seguido de la noticia especialmente de temas de carácter político y de interés para la sociedad. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio

impreso ya que no necesariamente son las mismas, de la misma manera se evidencia el uso de la entrevista como género periodístico.

EMPLEO DE IMÁGENES

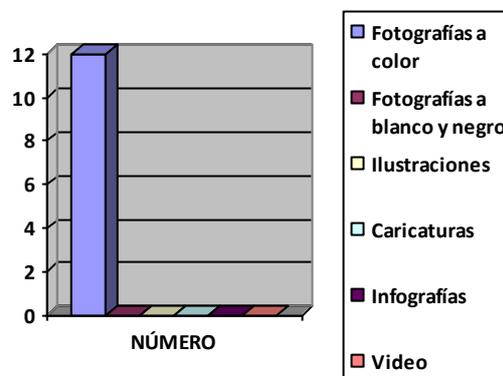
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	4
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	3
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	12
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0
Video	0



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso del trasplante de corazón realizado en una población de Alemania, lo que permite al lector una mayor comprensión.

En el medio digital, el uso de la fotografía es mayor, prácticamente casi todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, también se emplea recuadros en los que se permite al usuario pasar varias fotografías sobre el mismo tema, además emplea otras imágenes que no son las mismas del medio impreso.

MARTES 18 DE AGOSTO DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

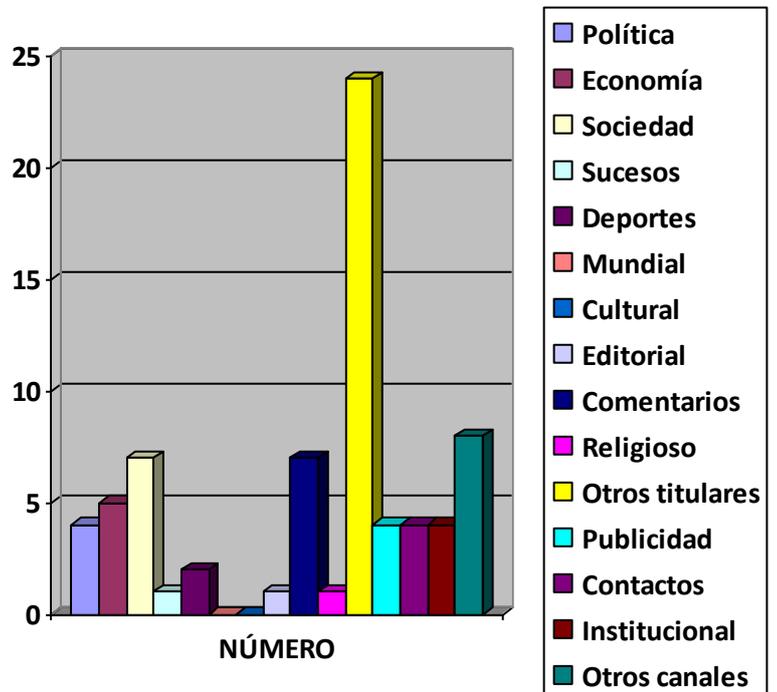
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 5 • 7 • 1 • 2 • 0 • 0 • 1 • 7 • 1 • 24 • 4 • 4 • 4 • 8 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 0 • 0 • 4 • 0 • 6 • 2 • 1 • 2 • 1 • 13 • 8 • 2 • 4 • 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 • 5 (FF.AA, MOPC, SNC, MUNICIPIO, BCP) • 4 • 1 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 3 (MOPC, IPS, MSP) • 5 (PPQ, CPAF, FISCAL, GOBERNADOR, SIP) • 0 • AFP 2 • EFE 7 • ANSA 1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 0 • 14 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 42 • 0 • 4 • 6 (Deportistas)

• Entrevista	• 2		de renombre)
IMAGEN		IMAGEN	
• Fotografías a color	• 4	• Fotografías a color	• 12
• Fotografías blanco y negro	• 0	• Fotografías a blanco y negro	• 0
• Ilustraciones	• 3	• Ilustraciones	• 0
• Caricaturas	• 0	• Caricaturas	• 0
• Infografía	• 0	• Infografía	• 0
		• Video	• 0

SECCIONES UTILIZADAS

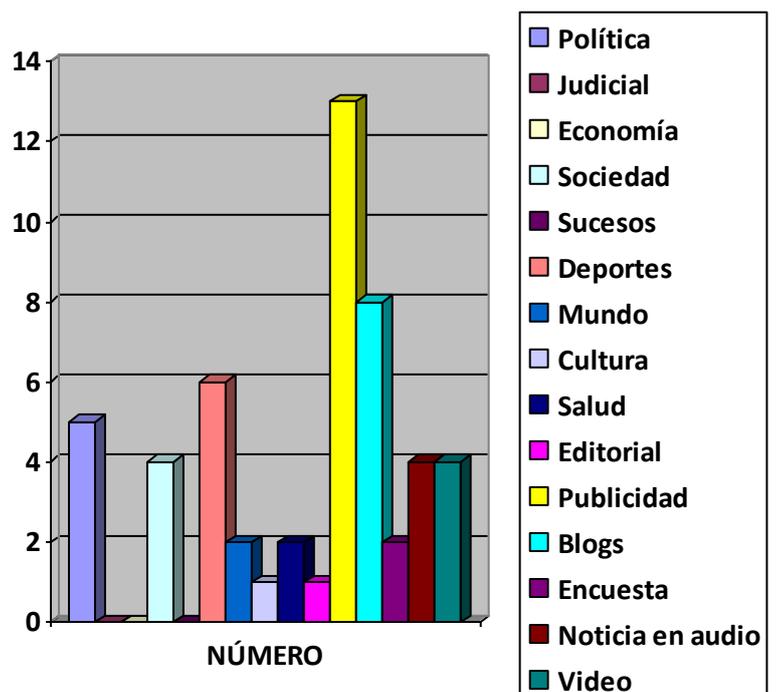
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	4
Economía	5
Sociedad	7
Sucesos	1
Deportes	2
Mundial	0
Cultural	0
Editorial	1
Comentarios	7
Religioso	1
Otros titulares	24
Publicidad	4
Contactos	4
Institucional	4
Otros canales	8



MEDIO DIGITAL

SECCIONES	NÚMERO
Política	5
Judicial	0
Economía	0
Sociedad	4
Sucesos	0
Deportes	6
Mundo	2
Cultura	1
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	13
Blogs	8
Encuesta	2
Noticia en audio	4
Video	4



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

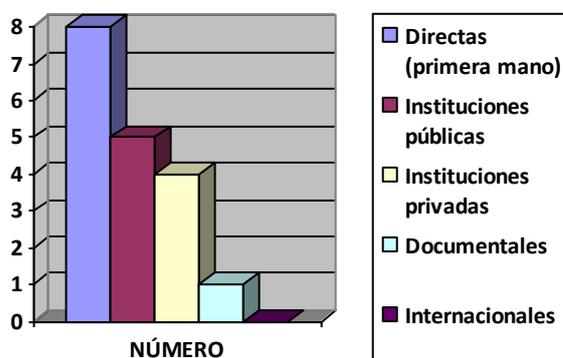
En el medio impreso se distingue la presencia de una gran cantidad de titulares de noticias desplegadas en el espacio otros titulares, que al hacer clic se despliega la noticia completa; además se pone al servicio del lector la sección de otros canales que le permiten acceder a varios espacios en los que puede interactuar con los contenidos y otros usuarios ABC ciudadano, ABC Blogs; también es importante señalar que existe la posibilidad de acceder a un espacio de comentarios y a noticias de sociedad todo esto como lo más relevante.

En el medio digital se distingue una gran cantidad de espacios dedicado a la publicidad, deportes y a los blogs, con lo que le permite al lector interactuar con los contenidos.

FUENTES UTILIZADAS

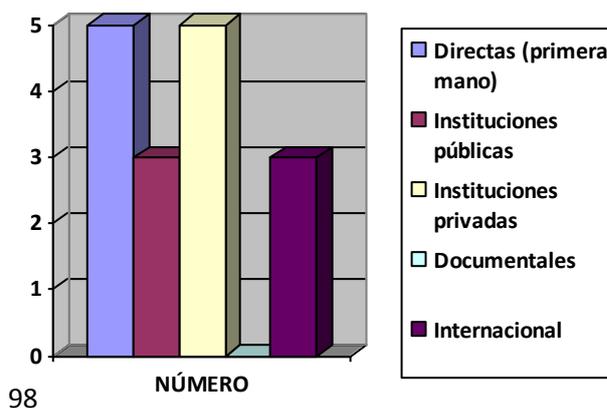
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	8
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	4
Documentales	1
Internacionales	0



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	5
Instituciones públicas	3
Instituciones privadas	5
Documentales	0
Internacional	3



ANÁLISIS

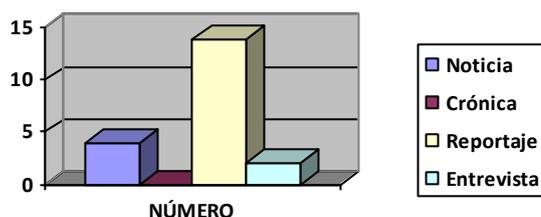
En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguida de las Instituciones Públicas como: Fuerzas Armadas, Ministerio de Obras Públicas y Comunicación, Municipio y las Instituciones Privadas como: la Consejo Nacional de Juegos de Azar CNJA, entre otras, no se distingue la utilización de fuentes internacionales.

En el medio digital las instituciones más empleadas son las de primera mano y las instituciones privadas, en este medio se distingue la utilización de las fuentes internacionales como: EFE, AFP.

GÉNERO EMPLEADO

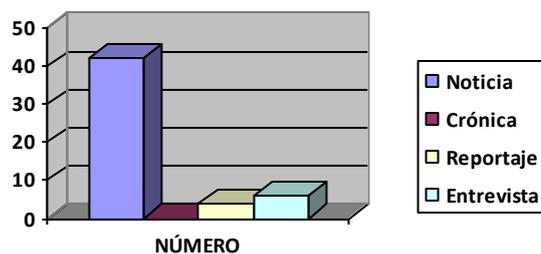
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	4
Crónica	0
Reportaje	14
Entrevista	2



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	42
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	6



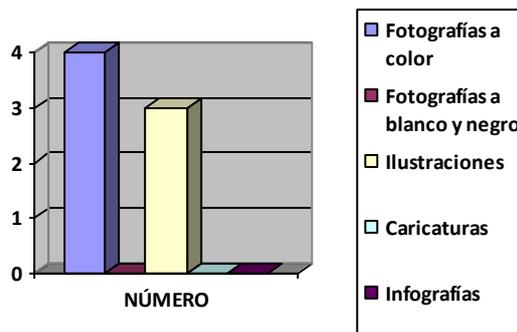
ANÁLISIS

En el medio impreso el género que prevalece es el reportaje, seguido de la noticia especialmente de temas de carácter político y de interés para la sociedad. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio impreso ya que no necesariamente son las mismas, de la misma manera se evidencia el uso de la entrevista como género periodístico.

EMPLEO DE IMÁGENES

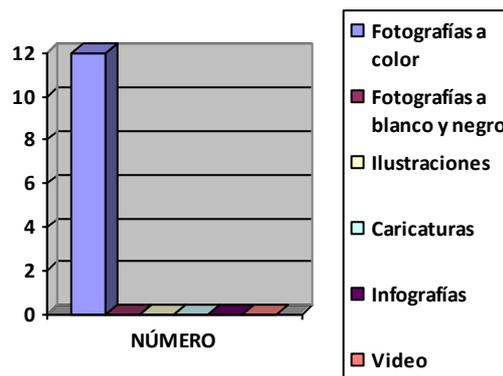
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	4
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	3
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	12
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0
Video	0



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color, también ilustraciones para explicar mejor un tema específico, como es el caso del trasplante de corazón realizado en una población de Alemania, lo que permite al lector una mayor comprensión.

En el medio digital, el uso de la fotografía es mayor, prácticamente casi todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, también se emplea recuadros en los que se permite al usuario pasar varias fotografías sobre el mismo tema, además emplea otras imágenes que no son las mismas del medio impreso.

MIÉRCOLES 26 DE AGOSTO DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

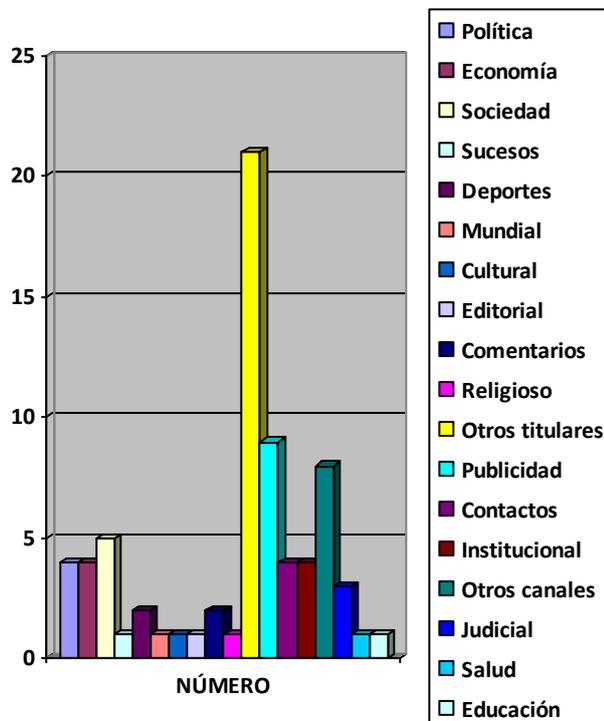
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales • Judicial • Salud • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 4 • 5 • 1 • 2 • 1 • 1 • 1 • 2 • 1 • 21 • 9 • 4 • 4 • 8 • 3 • 1 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 3 • 1 • 3 • 5 • 4 • 4 • 2 • 2 • 1 • 18 • 1 • 1 • 3
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 • 8(ESSAP,CSJ, JUZGADO, MEC, IPS, CÁMARA DE DIPUTADOS, FISCALÍA, MAG, ADUANA) • 1(DIARIO LA NACIÓN DE BUENOS AIRES) • 1 (DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA PRESIDENCIA DE LA R.) • 3 AFP, ANSA 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 • 3 (PRESIDENCIA DE LA R., FISCALÍA, POLICÍA CAMINERA) • 4 (RADIO 780 AM, APF, SOC. INTERAMERICANA DE PRENSA) • 0 • 13 ANSA, AFP,

			EFE
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 0 • 17 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 22 • 0 • 7 • 6(COMISARIO, OFICIAL DE POLICÍA, FISCAL, MC MULLEN)
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 • 0 • 0 • 0 • 0 • 1 (ESQUEMA PARA EVADIR IMPUESTOS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 16 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0 • 4

SECCIONES UTILIZADAS

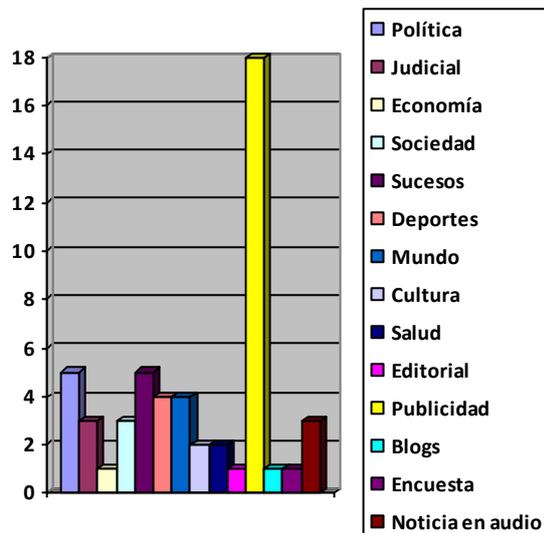
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	4
Economía	4
Sociedad	5
Sucesos	1
Deportes	2
Mundial	1
Cultural	1
Editorial	1
Comentarios	2
Religioso	1
Otros titulares	21
Publicidad	9
Contactos	4
Institucional	4
Otros canales	8
Judicial	3
Salud	1
Educación	1



MEDIO DIGITAL

Política	5
Judicial	3
Economía	1
Sociedad	3
Sucesos	5
Deportes	4
Mundo	4
Cultura	2
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	18
Blogs	1
Encuesta	1
Noticia en audio	3



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

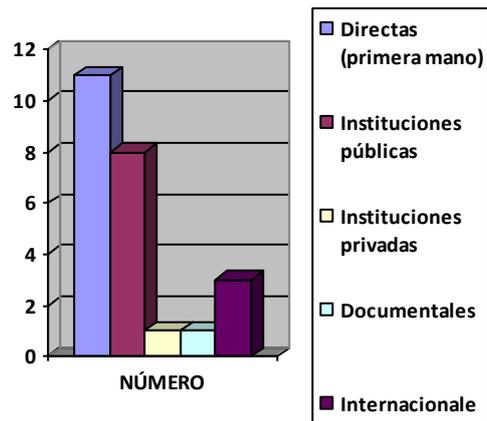
En el medio impreso se distingue la presencia de una gran cantidad de titulares de noticias desplegadas en el espacio otros titulares, que al hacer clic se despliega la noticia completa y le permite al usuario acceder a las noticias más leídas; además se pone al servicio del lector la sección de otros canales que le permiten acceder a varios espacios en los que puede interactuar con los contenidos y otros usuarios ABC ciudadano, ABC Blogs; también es importante señalar que existe gran cantidad de publicidad en la página de la prensa escrita, y se gran un gran espacio a las noticias relacionadas con la sociedad.

En el medio digital se distingue una gran cantidad de espacios dedicado a la publicidad, política y sucesos, con lo que le permite al lector interactuar con los contenidos en cada espacio antes mencionado

FUENTES UTILIZADAS

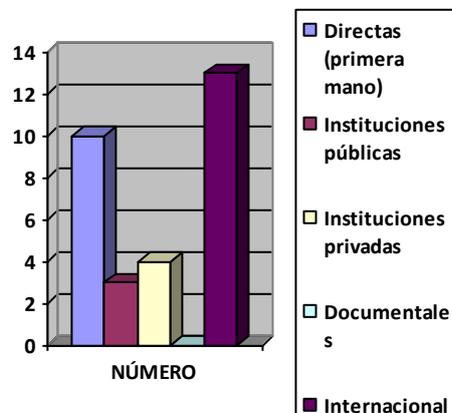
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	11
Instituciones públicas	8
Instituciones privadas	1
Documentales	1
Internacionales	3



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	10
Instituciones públicas	3
Instituciones privadas	4
Documentales	0
Internacional	13



ANÁLISIS

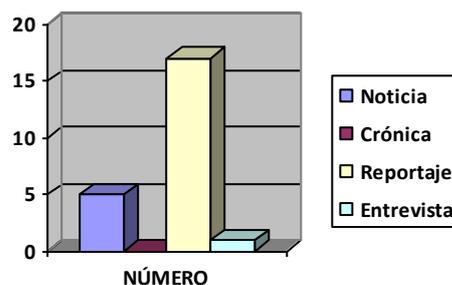
En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguida de las Instituciones Públicas como: Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay, Corte Suprema de Justicia, Juzgado de Paraguay, Ministerio de Educación y Cultura, Instituto Paraguayo de Salud, Cámara de Diputados, Ministerio de Agricultura, Fiscalía y las Instituciones Privadas han sido poco consideradas, en este caso fue una sola el Diario La Nación de Buenos Aires.

En el medio digital las instituciones que se emplea son las de primera mano, las instituciones privadas y las más utilizadas son las fuentes internacionales como: EFE, AFP y la ANSA.

GÉNERO EMPLEADO

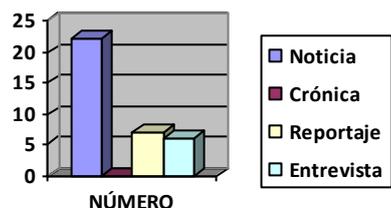
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	5
Crónica	0
Reportaje	17
Entrevista	1



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	22
Crónica	0
Reportaje	7
Entrevista	6



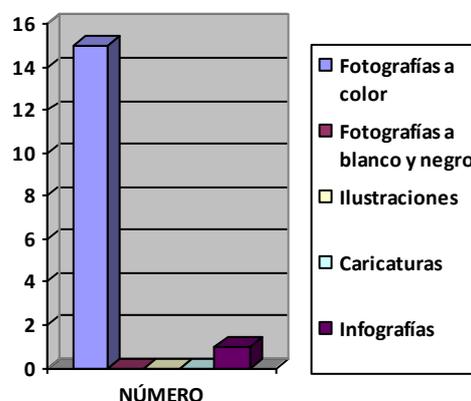
ANÁLISIS

En el medio impreso el género más empleado es el reportaje, especialmente de asuntos relacionados a aspectos de interés para la sociedad y la política, seguido de la noticia. Mientras que el medio digital prevalece la noticia como género periodístico, con la particularidad, que las noticias que se publican en el medio digital varían de las que se publican en el medio impreso ya que no necesariamente son las mismas, también en esta edición se ha empleado a la entrevista a diferentes personas que han sido protagonistas en diferentes actividades de la sociedad paraguaya como: comisario, un oficial de la Policía, Fiscal y a Mc Mullen Subsecretario de Estado para asuntos andinos y del cono sur.

EMPLEO DE IMÁGENES

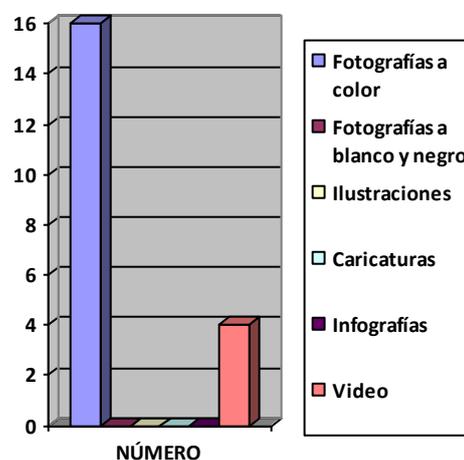
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	15
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	1



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	16
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0
Video	4



ANÁLISIS

En el medio impreso se emplean las imágenes a color en gran medida, distinguiéndose además que son empleadas en la sección otros titulares que al desplegar la noticia completa, la mayoría de ellas acompañan el texto con fotografías a color.; también existe infografías en este caso una, relacionada con el esquema para evadir impuestos, que permite explicar al lector lo que está pasando con este tema en la República del Paraguay

En el medio digital, el uso de la fotografía es mayor, prácticamente casi todas las noticias son acompañadas por una fotografía que permite mayor comprensión al lector de la misma, también se emplea recuadros en los que se permite al usuario pasar varias fotografías sobre el mismo tema, además emplea otras imágenes que no son las mismas del medio impreso, y como un adecuado empleo de la tecnología utiliza videos que puede acceder libremente el usuario sin ninguna restricción.

JUEVES 03 DE SEPTIEMBRE DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

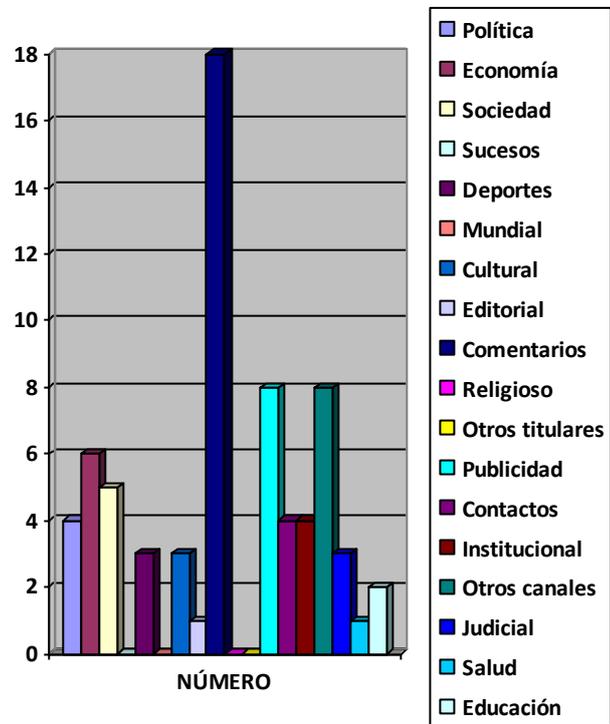
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales • Judicial • Salud • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 6 • 5 • 0 • 3 • 0 • 3 • 1 • 18 • 0 • 0 • 8 • 4 • 4 • 8 • 3 • 1 • 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • ABC TV • Noticias más leídas • Temas destacadas • Institucional • Espectáculos • Mundo digital • Gente 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 1 • 2 • 1 • 2 • 6 • 1 • 0 • 2 • 1 • 16 • 5 • 1 • 4 • 1 • 10 • 5 • 1 • 3 • 2 • 2
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 • • • 8(DIRECCIÓN DE METEOROL, SAS, IPS, CAM. DIPUTADOS, CENTRO CULTURAL, SEC. ACC. SOCIAL, CONTRALORÍA, PETROPAR) • • • 4(APG, CENT. DE CULTURA ESPAÑOLA, ONU, 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • • • Instituciones Públicas • • • Instituciones privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 • • • 5(FISCALÍA, MINISTERIO DE HCDA., PDVSA, MSP) • • • 1(SERVICIO METEOROLÓGICOS)

<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Internacional 	<p>MERCADO CHICAGO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2(RESOLUCIÓN, DICTAMEN MUNICIPAL) • 4 (ANSA, EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 1(DECRETO PRESIDENCIAL) • 8(EFE, ANSA, AFP)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 16 • 0 • 9 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 • 0 • 3 • 1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 23 • 0 • 1 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

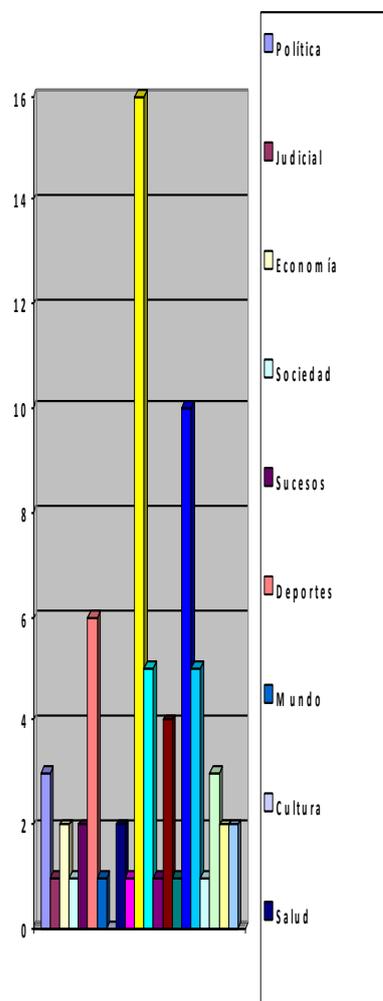
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	4
Economía	6
Sociedad	5
Sucesos	0
Deportes	3
Mundial	0
Cultural	3
Editorial	1
Comentarios	18
Religioso	0
Otros titulares	0
Publicidad	8
Contactos	4
Institucional	4
Otros canales	8
Judicial	3
Salud	1
Educación	2



MEDIO DIGITAL

Política	3
Judicial	1
Economía	2
Sociedad	1
Sucesos	2
Deportes	6
Mundo	1
Cultura	0
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	16
Blogs	5
Encuesta	1
Noticia en audio	4
ABC TV	1
Noticias más leídas	10
Temas destacadas	5
Institucional	1
Espectáculos	3
Mundo digital	2
Gente	2



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

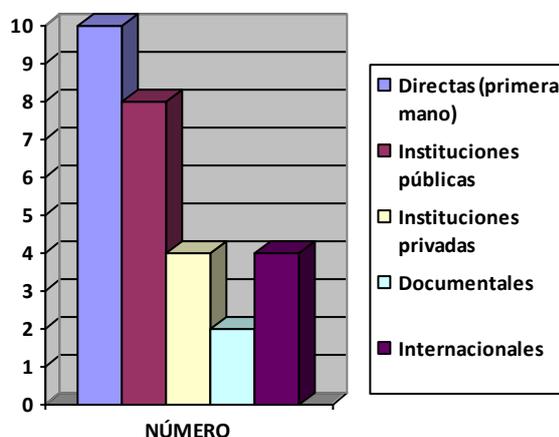
En el medio impreso de esta edición existe una gran cantidad de comentarios al final de la mayoría de noticias, con lo que se permite la participación activa de los lectores, convirtiéndose y actores del quehacer noticioso de este medios, también existe una preferencia por las noticias de carácter económico, de interés social y político, así como una gran cantidad de publicidad que se combina con las noticias en la portada.

En el medio digital se distingue una gran cantidad de espacios dedicado a la publicidad, los deportes y las noticias más leídas, además en esta edición existe una combinación de espacios con noticias del medio televisivo y de radio, lo que permite al lector ampliar la información requerida, así también existen blogs, encuestas y noticias más leídas, dando la posibilidad de interactuar con estos contenidos.

FUENTES UTILIZADAS

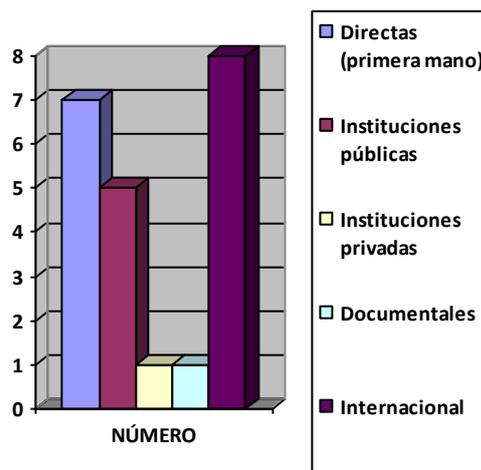
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	10
Instituciones públicas	8
Instituciones privadas	4
Documentales	2
Internacionales	4



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	7
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	1
Documentales	1
Internacional	8



ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguida de las Instituciones Públicas como: Cámara de Diputados, Ministerio de Educación y

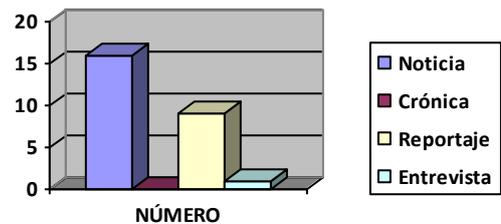
Cultura, Fiscalía, la Policía, Instituciones privadas y las internacionales, es decir, el empleo combinado de varias fuentes y de diferente naturaleza.

En el medio digital las instituciones que se emplea son las de primera mano, las instituciones públicas y las fuentes internacionales son las más empleadas como: EFE, AFP y la ANSA.

GÉNERO EMPLEADO

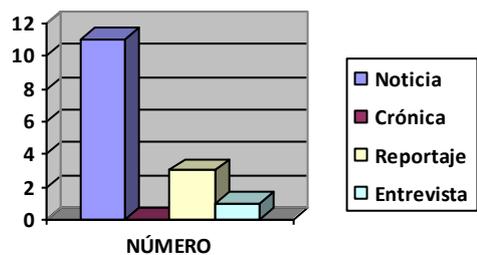
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	16
Crónica	0
Reportaje	9
Entrevista	1



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	11
Crónica	0
Reportaje	3
Entrevista	1



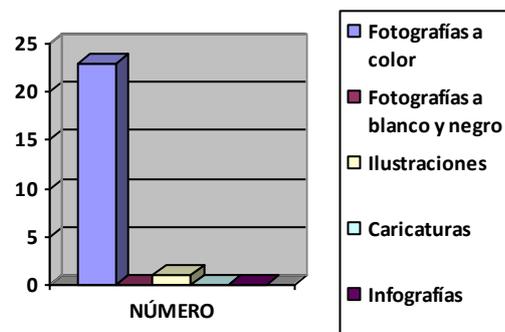
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia, seguido del reportaje y la entrevista, lo que permite determinar la similitud en la planificación para la publicación de la información en los diferentes géneros periodísticos.

EMPLEO DE IMÁGENES

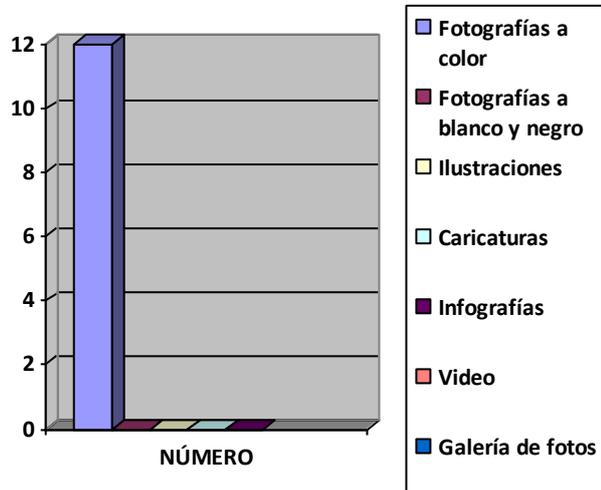
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	23
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	1
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	12
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0
Video	0
Galería de fotos	0



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el empleo de la fotografía a colores.

VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

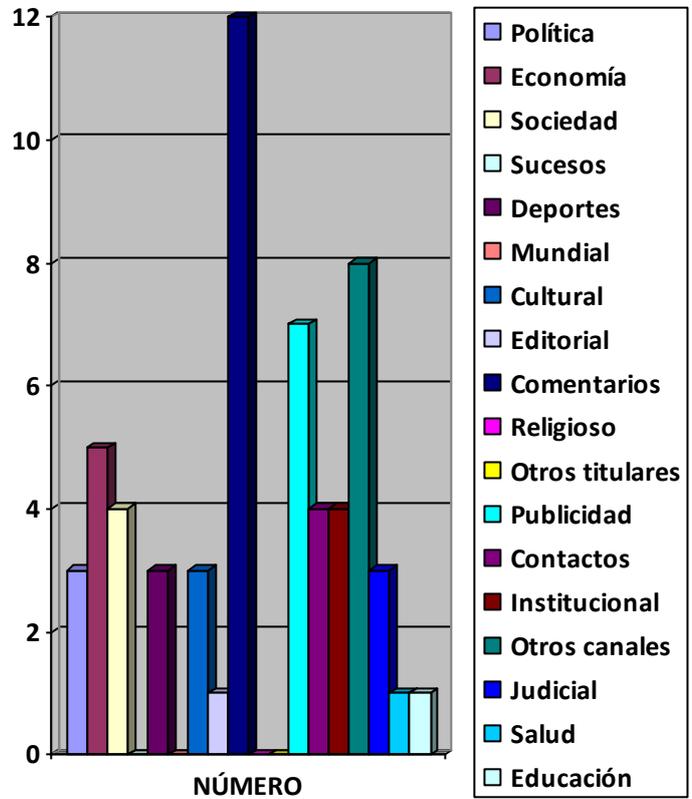
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales • Judicial • Salud • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 5 • 4 • 0 • 3 • 0 • 3 • 1 • 12 • 0 • 0 • 7 • 4 • 4 • 8 • 3 • 1 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • ABC TV • Noticias más leídas • Temas destacadas • Institucional • Espectáculos • Mundo digital • Gente 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 2 • 1 • 1 • 2 • 4 • 1 • 0 • 2 • 1 • 11 • 5 • 1 • 4 • 1 • 8 • 4 • 1 • 2 • 2 • 2
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 • 5(MSP, POLICÍA, PRESIDENCIA, CONTRALORÍA, PETROPAR) • 1(ONU) • 0 • 2 (ANSA, EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 4(FISCALÍA, MINISTERIO DE HCDA., PDVSA, MSP) • 0 • 0 • 6(EFE, ANSA, AFP)

GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 • 0 • 7 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 • 0 • 3 • 1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 21 • 0 • 0 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

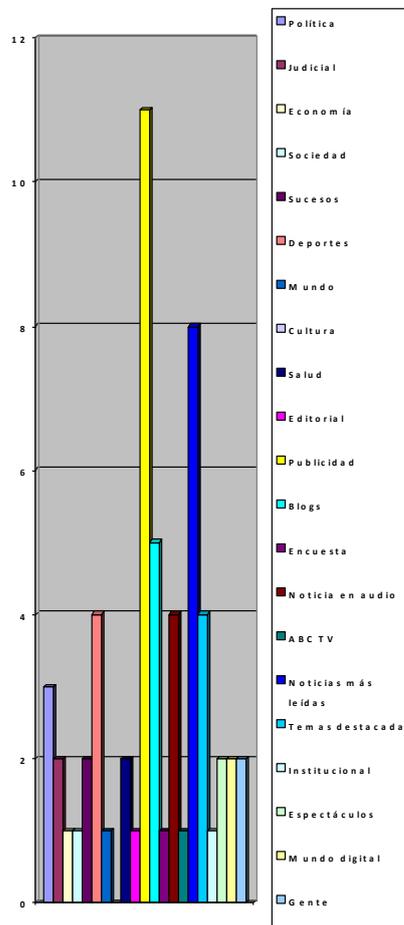
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	3
Economía	5
Sociedad	4
Sucesos	0
Deportes	3
Mundial	0
Cultural	3
Editorial	1
Comentarios	12
Religioso	0
Otros titulares	0
Publicidad	7
Contactos	4
Institucional	4
Otros canales	8
Judicial	3
Salud	1
Educación	1



MEDIO DIGITAL

Política	3
Judicial	2
Economía	1
Sociedad	1
Sucesos	2
Deportes	4
Mundo	1
Cultura	0
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	11
Blogs	5
Encuesta	1
Noticia en audio	4
ABC TV	1
Noticias más leídas	8
Temas destacadas	4
Institucional	1
Espectáculos	2
Mundo digital	2
Gente	2



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

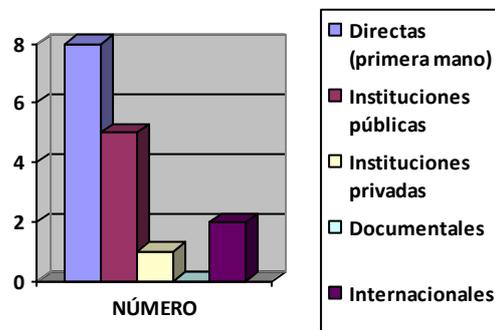
Al igual que en la edición anterior, en esta ocasión en el medio impreso se presentan comentarios en varias noticias, manteniendo el interés al lector al que se le permite interactuar con el medio, las noticias más cubiertas son las económicas, de interés social y deportivas, así como una gran cantidad de publicidad que se combina con las noticias en la portada.

En el medio digital existe gran publicidad distribuida en toda la portada, las noticias políticas, deportivas y el espacio de noticias más leídas, son las que tienen más cobertura.

FUENTES UTILIZADAS

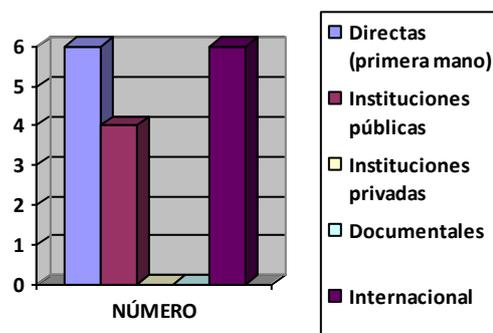
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	8
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	1
Documentales	0
Internacionales	2



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	6
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	6



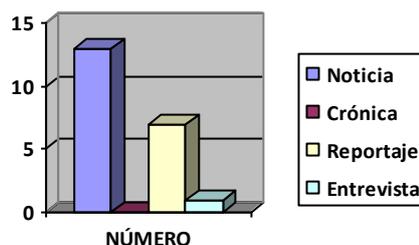
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguida de las Instituciones Públicas como: La Fiscalía, la Policía, entre otras, Instituciones Privadas y las internacionales, es decir, el empleo combinado de varias fuentes y de diferente naturaleza. En el medio digital las instituciones que se emplea son las de primera mano, las instituciones públicas y las fuentes internacionales son las más empleadas como: EFE, AFP y la ANSA.

GÉNERO EMPLEADO

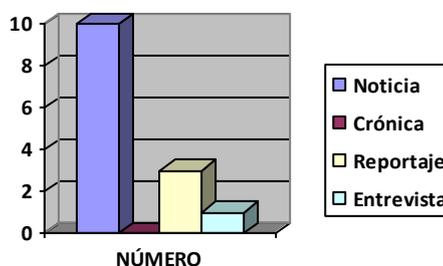
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	13
Crónica	0
Reportaje	7
Entrevista	1



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	10
Crónica	0
Reportaje	3
Entrevista	1



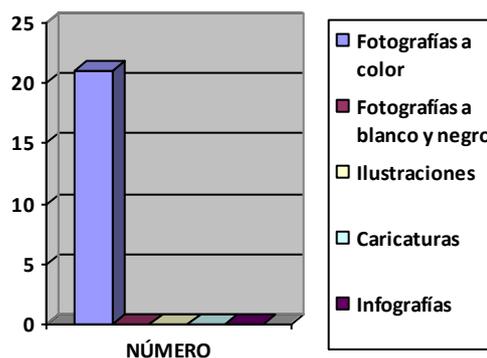
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia, el reportaje y la entrevista, siendo por tanto los géneros preferidos.

EMPLEO DE IMÁGENES

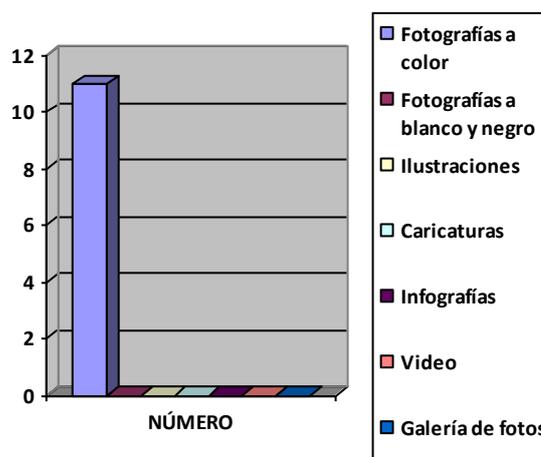
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	21
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	11
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0
Video	0
Galería de fotos	0



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el empleo de la fotografía a colores.

SÁBADO 19 DE SEPTIEMBRE DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

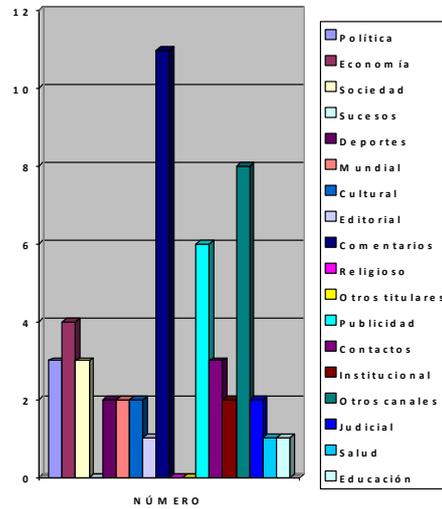
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales • Judicial • Salud • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 4 • 3 • 0 • 2 • 2 • 2 • 1 • 11 • 0 • 0 • 6 • 3 • 2 • 8 • 2 • 1 • 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • ABC TV • Noticias más leídas • Temas destacadas • Institucional • Espectáculos • Mundo digital • Gente 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 2 • 2 • 3 • 1 • 3 • 2 • 1 • 2 • 10 • 5 • 1 • 3 • 1 • 8 • 3 • 1 • 2 • 2 • 2
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • • 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 • • 4 (POLICÍA, PRESIDENCIA, CONTRALORÍA) • • • 0 • • 0 • • • 4 (ANSA, 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • • 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • • 3 (MINISTERIO DE HCDA., FPF, MSP) • 0 • • 0 • •

<ul style="list-style-type: none"> • Internacional 	EFE, AFP)	<ul style="list-style-type: none"> • Internacionales 	•6(EFE, ANSA, AFP)
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 • 0 • 5 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 • 0 • 4 • 0
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 18 • 0 • 0 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 • 0 • 0 • 1 • 0 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

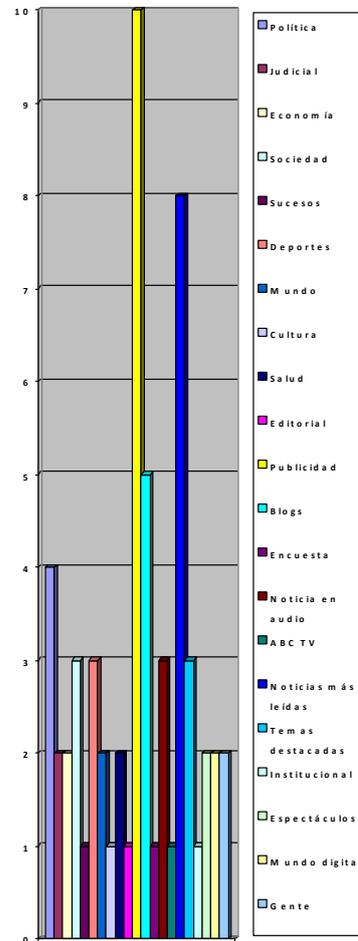
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	3
Economía	4
Sociedad	3
Sucesos	0
Deportes	2
Mundial	2
Cultural	2
Editorial	1
Comentarios	11
Religioso	0
Otros titulares	0
Publicidad	6
Contactos	3
Institucional	2
Otros canales	8
Judicial	2
Salud	1
Educación	1



MEDIO DIGITAL

Política	4
Judicial	2
Economía	2
Sociedad	3
Sucesos	1
Deportes	3
Mundo	2
Cultura	1
Salud	2
Editorial	1
Publicidad	10
Blogs	5
Encuesta	1
Noticia en audio	3
ABC TV	1
Noticias más leídas	8
Temas destacadas	3
Institucional	1
Espectáculos	2
Mundo digital	2
Gente	2



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

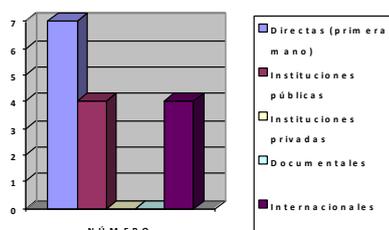
Las noticias más cubiertas son las políticas, económicas, de interés social, así como una gran cantidad de publicidad que se combina con las noticias en la portada, así como gran cantidad de comentarios que mantienen el interés de los lectores ya que les permite interactuar con los contenidos y con el medio.

En el medio digital existe gran publicidad distribuida en toda la portada, las noticias políticas, las de interés social y el espacio de noticias más leídas, son las que tienen más cobertura.

FUENTES UTILIZADAS

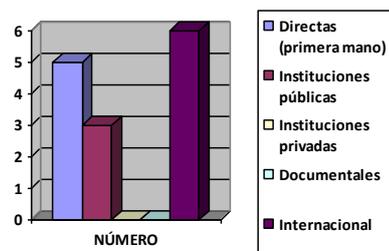
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	7
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacionales	4



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	5
Instituciones públicas	3
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	6



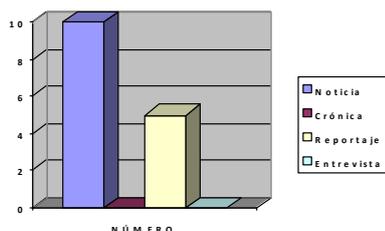
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguidas de las Instituciones Públicas como: La Policía, entre otras Instituciones y las internacionales. En el medio digital las instituciones que se emplea son las de primera mano, las instituciones públicas y las fuentes internacionales son las más empleadas como: EFE, AFP y la ANSA.

GÉNERO EMPLEADO

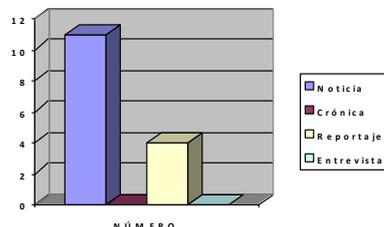
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	10
Crónica	0
Reportaje	5
Entrevista	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	11
Crónica	0
Reportaje	4
Entrevista	0



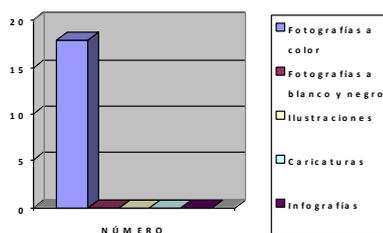
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia seguido del reportaje, con lo que se mantiene esta tendencia en esta redacción.

EMPLEO DE IMÁGENES

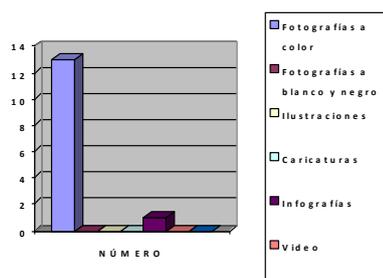
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	18
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	13
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	1
Video	0
Galería de fotos	0



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el empleo de la fotografía a colores, distinguiéndose en el medio digital el empleo de infografía.

DOMINGO 27 DE SEPTIEMBRE DE 2009 PRIMERA EDICIÓN ABC PARAGUAY

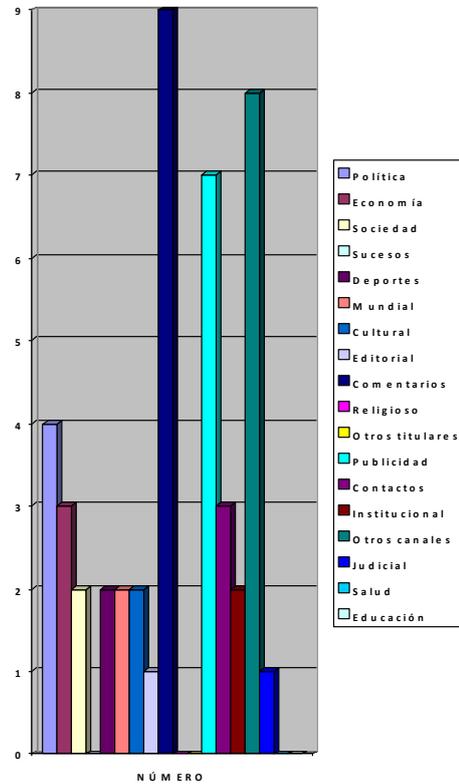
Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundial • Cultural • Editorial • Comentarios • Religioso • Otros titulares • Publicidad • Contactos • Institucional • Otros canales • Judicial • Salud • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 • 3 • 2 • 0 • 2 • 2 • 2 • 1 • 9 • 0 • 0 • 7 • 3 • 2 • 8 • 1 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Judicial • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Mundo • Cultura • Salud • Editorial • Publicidad • Blogs • Encuesta • Noticia en audio • ABC TV • Noticias más leídas • Temas destacadas • Institucional • Espectáculos • Mundo digital • Gente 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 2 • 2 • 2 • 1 • 2 • 1 • 1 • 1 • 1 • 8 • 5 • 12 • 3 • 1 • 9 • 3 • 1 • 2 • 2 • 2
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • 9 • 4(POLICÍA, PRESIDENCIA, MINISTERIO DE JUSTICIA Y TRABAJO, TSJE) • 1(FBP) • 0 • 8 (ANSA, EFE, AFP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales • Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 • 5(POLICÍA, PRESIDENCIA, MINISTERIO DE JUSTICIA Y TRABAJO, TSJE) • 0 • 0 • 12(EFE, ANSA, AFP, OEA)

GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 • 0 • 7 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • 23 • 0 • 6 • 0
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 • 0 • 0 • 0 • 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<ul style="list-style-type: none"> • 41 • 0 • 0 • 0 • 0 • 0

SECCIONES UTILIZADAS

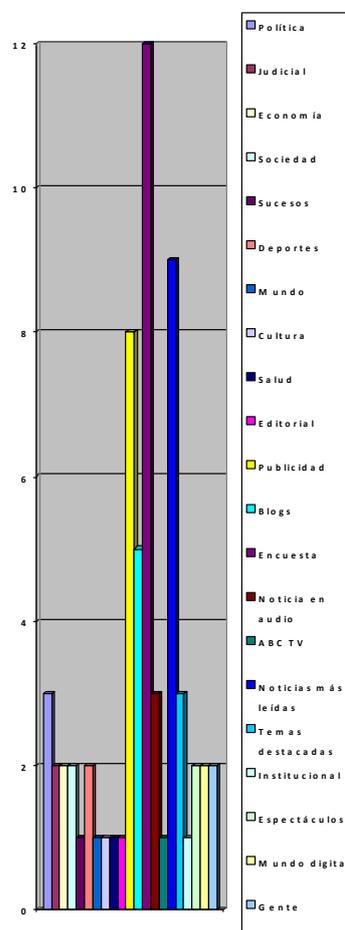
MEDIO IMPRESO

SECCIONES	NÚMERO
Política	4
Economía	3
Sociedad	2
Sucesos	0
Deportes	2
Mundial	2
Cultural	2
Editorial	1
Comentarios	9
Religioso	0
Otros titulares	0
Publicidad	7
Contactos	3
Institucional	2
Otros canales	8
Judicial	1
Salud	0
Educación	0



MEDIO DIGITAL

Política	3
Judicial	2
Economía	2
Sociedad	2
Sucesos	1
Deportes	2
Mundo	1
Cultura	1
Salud	1
Editorial	1
Publicidad	8
Blogs	5
Encuesta	12
Noticia en audio	3
ABC TV	1
Noticias más leídas	9
Temas destacadas	3
Institucional	1
Espectáculos	2
Mundo digital	2
Gente	2



ANÁLISIS

Secciones utilizadas

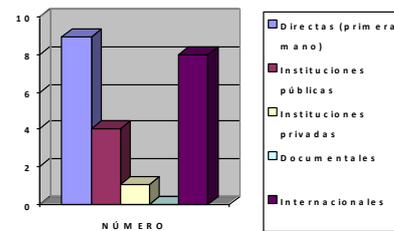
Las noticias más cubiertas son las políticas, económicas, los comentarios, así como una gran cantidad de publicidad, a lo largo de la portada.

En el medio digital las secciones más empleadas son las políticas, de justicia, económica, las de interés social y de igual manera se distingue en esta edición una gran cantidad de encuestas y de publicidad.

FUENTES UTILIZADAS

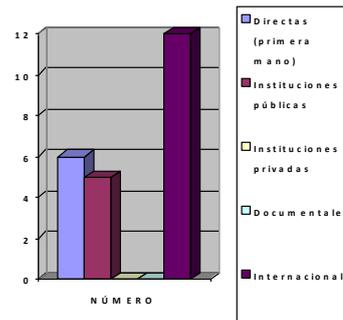
MEDIO IMPRESO

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	9
Instituciones públicas	4
Instituciones privadas	1
Documentales	0
Internacionales	8



MEDIO DIGITAL

FUENTES	NÚMERO
Directas (primera mano)	6
Instituciones públicas	5
Instituciones privadas	0
Documentales	0
Internacional	12



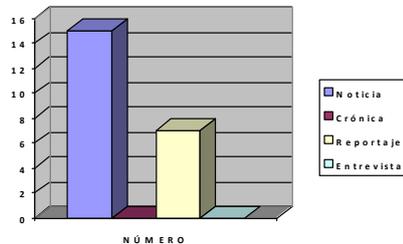
ANÁLISIS

En el medio impreso las fuentes que más se utilizaron son las de primera mano, seguidas de las Instituciones Públicas como: La Policía, el Ministerio de Justicia y Trabajo, el Tribunal Supremo de Justicia Electoral, como fuente privada se distingue a la federación de Básquet de Paraguay, así como también las fuentes internacionales son bien utilizadas en esta edición como: EFE, AFP y la ANSA.

GÉNERO EMPLEADO

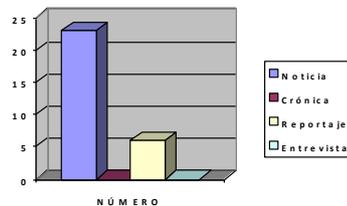
MEDIO IMPRESO

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	15
Crónica	0
Reportaje	7
Entrevista	0



MEDIO DIGITAL

GÉNERO	NÚMERO
Noticia	23
Crónica	0
Reportaje	6
Entrevista	0



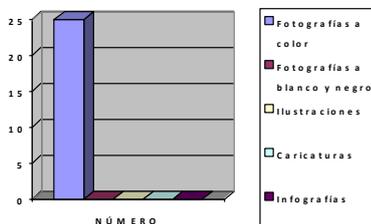
ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital, el género que prevalece es la noticia seguido del reportaje, con lo que se mantiene esta tendencia en esta redacción.

EMPLEO DE IMÁGENES

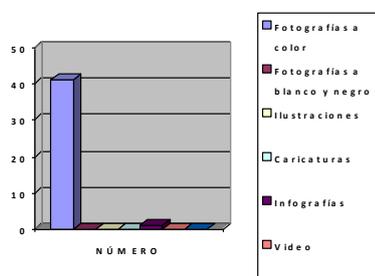
MEDIO IMPRESO

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	25
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	0



MEDIO DIGITAL

IMAGEN	NÚMERO
Fotografías a color	41
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografías	1
Video	0
Galería de fotos	0



ANÁLISIS

Tanto en el medio impreso como en el digital prevalece el empleo de la fotografía a colores, distinguiéndose en el medio digital el empleo de infografía.

ANEXO “B” TABLAS DE OBSERVACIÓN Y RECOGIDA DE DATOS

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultimo Momento	No No Si título de las Noticias	Libre acceso, existen resumen de noticias y al hacer clic se accede a la noticia completa
Noticias del día	Si	Libre acceso a resumen de noticias
Coberturas móviles	Si	Libre acceso
Especiales (tipo reportaje)	Si	Libre acceso, de diferente tema.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si	Libre acceso a través de links a asuntos específicos
Portales horizontales	Si	Libre acceso a muchos temas
Portales diagonales	Si	Restringido, a través de creación de cuenta Facebook
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No	
Fotogalerías	No	
Foto – móvil	No	
Audiogalería	Si	ABC TV, ABC Radio
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video <i>on demand</i>	No	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video móvil en vivo	No	
Gráficos animados / interactivos	No	
Mapas interactivos	No	
Infografías animadas	No	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	No	Se limita hacia la noticia específica
Enlaces intra – texto	Si	Va desde la noticia en resumen hacia la misma noticia en forma amplia.
Enlaces internos (hacia adentro)	No	
Enlaces externos (hacia afuera)	Si	Hacia ABC TV, ABC Radio
Diarios	Si	Hacia la edición impresa
Sindicación de noticias de otros medios	Si	A través de facebook, google bookmarks, technorati

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario	Si	Libre acceso a través de formulario de registraci3n
- Lista de emails periodistas ABC ciudadano	No Si	A trav3s del link ABC ciudadano de servicios.
Foros	No	
Encuestas	Si	
Comentarios	Si	A trav3s de los lectores opinan
Votaci3n de notas	No	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No	
Reporteri3a ciudadana - Envío de notas - Publicaci3n directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si Si	A trav3s del linck de BLOGS A trav3s de facebook
Integraci3n de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicaci3n 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 usuarios de Facebook	Si Si No No No No No	Libre acceso a la lista de bloggers externos Al hacer en cada tema por bloggers

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs		
Podcast (last.fm)	Si	Libre acceso con link
Video blogs	No	Libre acceso con link
Foto – blogs	Si	Libre acceso con link foto noticias
Mo blogs (contenido móvil)	No	
Blogs de periodistas		
Blogs de secciones	Si	Libre acceso
Blogs de especialistas	Si	Libre acceso en este espacio
	Si	Libre acceso de acuerdo a especialidades
Presencia en Flickr	Si	Libre acceso, en el espacio de fotos, varias noticias en imágenes
Vídeo (Canal en Youtube)	Si	Libre acceso ABC TV
Wiki	No	
Microblogging		
Tipo de presencia en <i>twitter</i>		
- Presencia con titulares web	No	
- Presencia con contenido propio	No	
- Presencia con periodistas en Twitter	No	
- Integración de Twitter en el sitio	No	
- Twitter móvil		
Contenido de Enlaces Favoritos	No	
Redes Sociales		
- Presencia y producción en <i>Facebook</i>	Si	
- Google marks	Si	
- Techmorati	Si	

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, no existe acceso a esta opción	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada corta: Se puede acceder al resumen de la noticia y con un acceso a la totalidad de la misma. - Ventana de "Último momento": con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. Noticias del día: Con titulares y un pequeño resumen de las noticias.	
Versión html (texto e imágenes)	Si	Con links de acceso
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No	
Versión animada (hojear impreso)	No	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	Libre acceso a través de Servicios, ABC móvil
Versiones regionales / locales	No	
Versiones bilingüe	No	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No	
Ediciones para discapacitados	No	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si	en forma horizontal con 2 filas
Buscador	Simple	
Hemeroteca	Acceso por día y por mes	Calendario que permite acceder por mes y día
Mapa del sitio	No	Links organizados de acuerdo a cada campo de interés
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado Noticias más leídas	Si	Del día, de la semana, del mes.
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 Formulario	Si	Enviando un formulario de suscripción a través de la plataforma interna
RSS	Si	ABC RSS, blogs
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si	Clic en el link e-mail, luego de desplegar la noticia completa
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si	Clic en el Link compartir y luego en facebook, google bookmarks, technorati, cuando se despliega la noticia completa
Noticias pueden ser imprimidas	Si	Clic en el link imprimir, luego que se despliega la noticia completa

c) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si	En la parte superior y central de la página, correspondiente a la capital Asunción.
Transporte público / carreteras	No	
Programación TV	No	
Programación radio	No	
Carteleras espectáculo, agenda	Si	Libre acceso desde la barra principal
Directorios	No	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si	Accediendo al calendario a través del link archivo
d) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No	
Concursos	No	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No	
Horóscopo	No	
Humor	No	
Sorteos	No	
Otros (postales)		
e) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si	Libre acceso a través de dar clic en el link nuestra historia del espacio Institucional al final de la página
Información para anunciantes	No	
Otras actividades	No	
Mapa del sitio	No	
SERVICIOS		
f) Servicios comerciales		
Publicidad	Si	Distribuida en toda la página, en forma digital que cambia en forma permanente en las ventanas destinadas para aquello
Tienda virtual	No	
Avisos clasificados	Si	Inmuebles, automotores, empleos
Promociones	Si	De tipo educativo, económico, etc.

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	0 Si título de las Noticias	Libre acceso al hacer link, se mantienen 4 noticias actuales en forma permanente, pero al hacer clic en el link <u>ver más</u> se ingresa al listado de todas las noticias hasta el momento
Coberturas móviles	No	
Especiales (tipo reportaje)	Si	Libre acceso, a especiales con noticias de todo tipo: deportivas, políticas, en fin grandes temas.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si	Libre acceso a través de links a distintos tipos de información
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si	Libre acceso a través de links a asuntos específicos
Portales horizontales	Si	Libre acceso a muchos temas
Portales diagonales	Si	Restringido, a través de creación de cuenta Facebook y twitter
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No	
Fotogalerías	Si	Libre acceso
Foto – móvil	Si	Libre acceso, desde los móviles de los reporteros del Diario
Audiogalería	No	
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video <i>on demand</i>	No	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video móvil en vivo	No	
Gráficos animados / interactivos	No	
Mapas interactivos	No	
Infografías animadas	No	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	No	Se limita hacia la noticia específica
Enlaces intra – texto	Si	Va desde la noticia en resumen hacia la misma noticia en forma amplia.
Enlaces internos (hacia adentro)	Si	Existen enlaces hacia otras noticias publicadas anteriormente
Enlaces externos (hacia afuera)	Si	Hacia el Extra, anuncios google

Diarios	Si	El Extra
Sindicación de noticias de otros medios	No	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si	Libre acceso a través de contactos
Foros	No	
Encuestas	Si	
Comentarios	Si	A través de Panel de lectores
Votación de notas		
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si	A través de facebook, twitter
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 streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de usuarios de Facebook	No No No No No Si	De todos los usuarios que hasta ese momento han utilizado el espacio
Cartas al Director	Si	Se exponen los comentarios de los usuarios

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	 Si Si No No Si Si	 Libre acceso en multimedia Libre acceso en multimedia Libre acceso en este espacio Libre acceso en opinión columnistas
Presencia en Flickr	Si	Libre acceso, en el espacio de fotogalerías, varias noticias en imágenes
Vídeo (Canal en Youtube)	Si	Libre acceso en el espacio de multimedia
Wiki	No	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil 	 Si No No No	 Libre acceso
Contenido de Enlaces Favoritos	No	
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros 	Si	

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, no existe acceso a esta opción	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada corta: Se puede acceder al resumen de la noticia y con un acceso a la totalidad de la misma. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se actualizan constantemente cuando hay nueva información, incluye enlaces destacados.	
Versión html (texto e imágenes) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc) Versiones regionales / locales Versiones bilingue	Si	Con links de acceso
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No	
Ediciones para discapacitados	No	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si	
Buscador	Simple	
Hemeroteca	Acceso por día y por meses	Calendario que permite acceder por mes y día
Mapa del sitio	No	Links organizados de acuerdo a cada campo de interés
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Actualidad	Las noticias que han sido presentadas en los últimos minutos.
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	Suscripciones consultando al teléfono 1800-400-800	
RSS	Si	
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 sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No	
Noticias pueden ser imprimidas	Si	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si	En la parte superior, en el extremo derecho y entre la página principal
Tienda virtual	No	
Avisos clasificados	Si	
Promociones	Si	De acuerdo a la suscripción
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si	En la parte superior izquierda de las principales ciudades del mundo (capitales)
Transporte público / carreteras	No	
Programación TV	No	
Programación radio	No	
Carteleras espectáculo, agenda	No	
Directorios	No	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si	Leyes, reglamentos
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No	
Concursos	No	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No	
Horóscopo	No	
Humor	Si	Risoterapia en Expresiones
Sorteos	No	
Otros (postales)		
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	No	
Información para anunciantes	Si	Club de suscriptores, Extra, compras en Expreso
Otras actividades	No	
Mapa del sitio	No	

NOTA.-De lo observado, prácticamente todos los días de la semana compuesta tienen el mismo formato.

ANEXO “C” ENTREVISTA

ENTREVISTA PARA LOS FUNCIONARIOS DEL DIARIO “EXPRESO”

SR. ING. ERNESTO MONSERRATTE WEB MASTER DEL MEDIO

La formación del Comunicador Social en la actualidad, requiere del conocimiento de un sinnúmero de temas que involucran su comprometimiento con la sociedad a la cual se debe y a quien debe entregar su trabajo cotidianamente, por lo cual, llegar a entender lo que es el trabajo en la red con las herramientas WEB 2.0, es de singular importancia para ponerse a tono con la realidad periodística actual.

Con el objetivo de conocer cuál es la forma en que Diario EXPRESO ha emprendido el nuevo reto de ser un medio digital, le pido su colaboración contestando las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo WEB MASTER del medio, cuáles son sus funciones específicas en relación con la sala de redacción?

Principalmente darle soporte tecnológico a la redacción digital para facilitar su labor en el manejo del administrador de contenidos y en la creación de recursos periodísticos multimedios para los lectores del sitio.

2. ¿Los contenidos que van a subirse a la plataforma, tienen ciertas especificaciones o estándares que el medio sigue, por ejemplo dimensiones de página, software de diseño para texto, formato de imágenes, formato de video, etc.?

Los estándares seguidos son propios para internet. Tratamos al producto web como un medio distinto al impreso. Tenemos especificaciones para imágenes sobre peso, dimensiones y modo de color. Sobre texto sólo manejamos número de caracteres para ciertas partes del sitio que mantienen un espacio específico.

3. ¿Qué plataformas han empleado en el medio digital y cuál utilizan en la actualidad y por qué?

Hasta este año que hemos empezado a trabajar en un CMS propio, el sitio se servía a través de simples páginas html o asp que eran actualizadas diariamente de manera manual por un equipo de operadores.

El nuevo CMS usa una tecnología Microsoft .Net soportada por una base de datos Microsoft SQL Server. Se optó por esta plataforma debido a la experiencias satisfactorias que hemos mantenido con esta plataforma y por las facilidades que presta la misma para interactuar con el sistema editorial que maneja la empresa.

4. ¿Cómo se emplean las herramientas web 2.0 (blogs, redes sociales, twitter, etc.) para ser colocados los contenidos en la plataforma?

Esta versión usa a las redes sociales como un medio más para entregar actualizaciones del sitio y contenido extra que no aparece en el mismo. Lo blogs son una parte que se incorporan como una columna paralela de opinión.

5. ¿Diario EXPRESO cuenta con personal especializado en periodismo digital con herramientas web 2.0, si es así en qué áreas?

No al momento.

6. ¿Los periodistas que trabajan en esta área, cuentan con dispositivos móviles como: celulares, laptops, otros, que les permita transmitir o colocar los hechos noticiosos desde diferentes lugares en la plataforma sin tener que ir a la sala de redacción, o cómo lo hacen?

No al momento.

7. ¿Qué formatos utilizan para presentar los hechos noticiosos: audio, video, fotografías, hipertexto, otros?

La versión actual hace uso del hipertexto y la fotografías al momento, estamos trabajando en incluir más formatos que nos permitan darle más opciones a los visitantes.

8. ¿La información presentada en la web, es la misma del medio impreso o difiere en algo, en qué forma?

Es similar luego de que sale a la calle la edición impresa, pues se edita en longitud para acoplarlo a las recomendaciones para Internet. Luego durante el día, el sitio web maneja información propia.

9. ¿Con qué periodicidad se actualiza la información que se coloca en la plataforma del medio digital?

Cada vez que la noticia lo requiera pues se mantiene una redacción digital especializada para esto.

10. ¿Cuáles son las herramientas o espacios puestos al servicio del usuario para que pueda participar e interactuar con el contenido y con otros usuarios?

A través de comentarios, opciones de solicitud de corrección y compartir con terceros las notas por medio de redes sociales, correo electrónico o enlaces permanentes en servicios de terceros.

11. ¿Con la experiencia como medio digital, Diario EXPRESO ha logrado identificar las necesidades del usuario, cuáles son?

Según la experiencia que hemos adquirido durante estos meses, las necesidades del usuario son tener mayor cantidad de información en cada página visitada, mayores opciones de interacción con la noticia, y actualizaciones constantes que sigan el pulso de la noticia.

12. ¿Existe un equipo multidisciplinario responsable de la construcción del sitio, evaluaciones periódicas de usabilidad y accesibilidad, cómo está estructurado?

El equipo que se encarga del sitio en estos aspectos se maneja de la siguiente manera:

- Un líder de unidad que gerencia los distintos proyectos que a raíz del sitio se generan.
- Un diseñador de interfaces y arquitecto de información que maneja todo lo que concierne a la experiencia del los visitantes al sitio.
- Un desarrollador senior que se especializa en el desarrollo y la implementación de los proyectos que se manejan a través de la unidad.
- Operadores digitales que soportan directamente los requerimientos diarios de la redacción.

13. ¿Cómo ha cambiado el flujo de trabajo en el medio con el empleo de las NTIC's con relación a: fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc.?

No ha cambiado al momento debido a que aún se maneja la estructura anterior que alimenta de información al sitio. El flujo de trabajo será cambiado en una segunda fase que se desarrollará en los meses siguientes.

14. ¿Cómo se emplea la publicidad a través del medio digital?

Trata de no ser invasiva con la lectura del usuario, se mantiene un esquema rotativo de anunciantes y trata de focalizarse por el tipo de anuncio colocado en las secciones del medio.

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

Son muy importantes y tratamos de incluirlas la mayoría en el cronograma permanente de actualizaciones de los servicios y recursos que se proyectan para el sitio.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN SERÁ DE MUCHA UTILIDAD