



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

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 Licenciado en
Comunicación Social

AUTOR: BOANERGES MOLINA RAMÍREZ

DIRECTORA DE TESIS: DRA. ANA LUCIA UNDA

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2009

CERTIFICACIÓN

Dra. Ana Lucia Unda.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Sr. Boanerges Molina, 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.

Quito. Noviembre del 2009

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.

Quito, noviembre 2009

f.....

Boanerges Molina Ramírez

C.I 0702517111

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Boanerges Molina 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”.

AUTOR

Quito, noviembre del 2009

f.....

Boanerges Molina Ramírez

C.I 0702517111

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible gracias a mi esposa Jadira Espinoza, que en los momentos más difíciles de mi carrera estuvo siempre apoyándome para que la culminara, así mismo un abrazo muy fuerte a mis hijos Stefan y Paula que muchas horas les resté por dedicarme a mis estudios, y el reconocimiento mas imperecedero para quienes me dieron la vida que son mis padres a pesar de la inmensa distancia que nos separa, de la misma manera a mi familia quienes en todo momento me brindaron su apoyo incondicional, lo que me ayudó en la consecución de mi objetivo: la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Por eso vaya esta dedicatoria a ellos, como una pequeña muestra de mi imperecedero amor y gratitud.

Boanerges Molina

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja y a los medios de comunicación en estudio por su colaboración.

De igual manera mi reconocimiento y gratitud a la Dra. Ana Lucia Unda, Directora del presente trabajo.

Boanerges Molina

ÍNDICE GENERAL

Certificación.....	I
Autoría.....	II
Acta cesión de derechos.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Resumen.....	9

CAPITULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Transición de medios tradicionales a medios digitales.....	13
1.2 Diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y medios digitales.....	13
1.3 Aparecimiento de medios nativos.....	17
1.4 Concepto.....	19
1.5 Características	19
1.6 Web 2.0 y sus incidencias en los medios de comunicación	20
1.7 Herramientas más utilizadas.....	25
1.8 Propiedad intelectual en la Red.....	26
1.9 Redacciones digitales.....	27
1.10 Integración de las salas de redacción.....	28

CAPITULO 2

INVESTIGACIÓN DE MEDIOS

2.1 Antecedentes.....	30
2.2 Análisis de Ecuador en Vivo (tabla cualitativa).....	33
2.3 Antecedentes.....	41
2.4 Análisis de el Nacional de Venezuela (tabla cualitativa).....	42

CAPITULO 3

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

3.1 Análisis de los medios Ecuador en Vivo-Nacional de Venezuela (tablas cuantitativas)..	51
---	----

CAPITULO 4

4.1 Conclusiones	71
4.2 Recomendaciones.....	72
4.3 Bibliografía.....	73

Anexos.

RESUMEN

La investigación pretende determinar si los medios de comunicación utilizan las herramientas Web. 2.0 y cuál es la actitud de los periodistas ante los medios digitales.

Las herramientas web 2.0 no están socializadas en el país ni en los centros de educación superior y partir de ello se observan serios problemas en varios programas dedicados a la información y la conclusión, entonces es la necesidad de cambiar los mapas curriculares en las universidades.

Así mismo determinamos de manera concreta como las herramientas web 2.0 irrumpen en el sistema operativo de las informaciones en los medios de comunicación, conociendo conceptos y en especial que papel desempeñan las herramientas Web 2.0.

Investigamos el tratamiento de la información en los medios tradicionales y digitales conociendo la estructura organizacional de los mismos. Analizar la situación actual y el manejo de información para la web 2.0 en los medios tradicionales y cómo es el manejo en los periódicos virtuales Ecuador en Vivo y El Nacional de Venezuela. Finalmente analizamos la accesibilidad de contenidos de los sitios web en los medios digitales.

El sistema análogo fue un proceso en el que los comunicadores hemos ido avanzando paso a paso, sin embargo, el sistema digital ha permitido que los avances sean más rápidos y la gente tenga acceso a mucha información que en otros tiempos era mucho más difícil. En los medios de comunicación es significativo tener un nuevo instrumento y con ello aumentaron los niveles de audiencia.

Los diferentes medios de comunicación que utilizaron los avances tecnológicos, optimizaron sus recursos utilizando las distintas herramientas que nos ofrece la informática.

Los medios de comunicación modificaron la forma de manejar la información a partir de procesos de reingeniería para incrementar sus ventas y aumentar la audiencia.

La ventaja de Internet es, la interactividad que los periodistas mantienen con sus lectores y marca diferencias en el estilo periodístico.

No existe normativa legal para reglamentar las noticias por internet y esto permite la existencia de medios que no cumplen con elementales principios periodísticos como son: la comprobación de datos, la utilización de dos versiones sobre una misma información y la obligación a rectificar cuando el caso lo requiere.

CAPITULO 1

MARCO TEÒRICO

La utilización de las herramientas web 2.0 en los medios de comunicación se ha convertido en un arma muy valiosa para el desempeño y difusión de la comunicación.

Los avances tecnológicos en la informática son un pilar fundamental para el desarrollo del periodismo digital y ha permitido que la información llegue a todas las personas.

El Uso del Internet en la rama del periodismo ha significado un cambio radical, pues ha permitido que mucha información que antes se desconocía, hoy por hoy podamos conocerla rápidamente, tanto en video, fotografía, y por supuesto texto, además en tiempo real, es decir, en el momento que están sucediendo los hechos.

El apareamiento del Internet permitió el auge de otros medios que no eran parte de nuestra vida cotidiana, como es el caso del periodismo virtual. A esta tendencia se suma la crisis por aula que atraviesan los medios escritos.

Por esas razones hoy en día el periodista puede hacer uso de las facilidades con que cuenta y con ello ofrecer un mejor producto a los usuarios y tener una sociedad mejor informada.

En el país los medios de comunicación van adoptando toda la gama de herramientas que el Internet nos ofrece, los medios se han visto beneficiados en sus contenidos informativos ya que los mismos pueden llegar con mayor frecuencia a sus usuarios.

“El objetivo primordial de la prensa ya no es solo de informar al lector sino ayudarle a comprender la información que puede llegar por otros medios, es decir ayudarle a digerir el enorme flujo de noticias al que cualquier ciudadano tiene acceso diariamente”³

La difusión de las noticias, reportajes o comentarios a través de un medio de comunicación escrito o electrónico, es tarea principal del comunicador aunque su actividad no solo se restringe a eso; el comunicador siempre está cumpliendo la función de orientar y formar al público con temas relacionados con la política, cultura, economía, sociedad, deportes, etc.

³ Diseño y periodismo Electrónico J. Armentia, Jon Elexgaray. JC Pérez

Por otro lado los avances del Internet han tenido logros significativos y la innovación unido a la capacidad comunicativa de los medios, elementos de penetración y asentamiento que le permiten enfrentarse al futuro con una resistencia insospechable.

Los medios de comunicación se han caracterizado por mantener agendas propias y no cumplir con el rol principal de informar los hechos diarios y relacionados con la sociedad y los grupos desprotegidos.

Los medios de comunicación hoy más que nunca deben aprovechar el inmenso avance de la tecnología y beneficiar a más personas cada día, pero, sobre todo, educar a través de la información y con ello mejorar la sociedad.

A raíz de la llegada del internet, se dio un cambio radical en todos los ámbitos, especialmente en el desempeño de los medios de comunicación, por el traspaso de lo análogo a lo digital, en el caso de las salas virtuales, las correspondencias de ida vuelta entre el usuario y el periodista.

Las múltiples herramientas que poseen las web 2.0 permiten, por ejemplo, que desde cualquier parte del mundo se pueda enviar audio y video a través del sistema YouTube.

Con el estudio realizado a través de las tablas, tanto cuantitativas como cualitativas, se puede concluir que tanto en los portales Ecuador en Vivo y El Nacional de Venezuela pusieron en práctica la mayoría de las herramientas de la web.2.0 y aplicadas son de gran ayuda para que el usuario pueda acceder de manera ordenada a cada segmento que se requiera. Con solo hacer un clic se puede desplegar toda una gama de información.

La nueva generación de comunicadores están en la obligación de revertir esa confianza que la sociedad va perdiendo por la politización en la que han caído los medios de comunicación.

1.1 Transición de medios tradicionales a medios digitales

El auge que experimentaron las técnicas de telecomunicación a comienzos de los años 70, propició el desarrollo de nuevos servicios informativos que, al igual que la prensa, basaba su comunicación en la transmisión de textos escritos. De este modo, surgieron iniciativas como el videotex, el teletexto, el tele periódico, el audiotex, o el periódico por fax.

Gracias a la reconversión tecnológica la comunicación ha conseguido revitalizar su estructura a la vez que han reducido costos de producción; de este modo inserta en un marco multimedia tico, cada vez más definido, tiene hoy un mayor grado de competitividad y, como soporte publicitario ofrece una plataforma potencial mucho más evolucionada y eficaz.

“Hoy en día podemos considerar que la expresión interactiva de la Red, parece ser la puerta de la gran extensión mediática de las próximas décadas”⁴

Aunque es imprevisible en qué puede derivar el desarrollo de esta red de red es lo que hoy en día es ya un hecho, es que su utilización ha superado todas las perspectivas iniciales. Campos tan variados como la ciencia, el ocio, la comunicación o el comercio han encontrado una nueva vía de expresión a través de la red.

Antes los usuarios tenía que trasladarse a diferentes sitios para informarse, en la actualidad es mucho más fácil acceder a cualquier información. A parte de viajar por el mundo sin salir de casa, consultar la wikipedia o comunicarnos con nuestros colegas de cualquier continente nuestro ordenador nos permitirá acceder a cualquier medio de comunicación: prensa, radio o TV; lo que conllevará una vez más a la complicada división de los medios en escritos, sonoros o audiovisuales.

1.2 DIFERENCIAS SUSTANCIALES ENTRE LOS MEDIOS (TRADICIONALES Y DIGITALES)

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación, ha instaurado en el mundo instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un salto hasta

⁴ Diseño y periodismo electrónico de José Armentia, Jon Elexgaray y Juan C Pérez

la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez son el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad. Con Internet se consiguen, en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel, acompañado, no sólo, de fotografías sino de imágenes en video y grabaciones de sonido).

El acceso a un medio digital, por encontrarse en un soporte universal, es posible en mayores proporciones que en los medios convencionales. Un medio tradicional con soporte en la Web logra llegar a públicos en cualquier parte del mundo, hecho que no le resulta posible con su soporte convencional (sea un impreso, un canal de TV o una estación de radio). Una de las ventajas más importantes es que las noticias llegan más pronto por Internet que con el periódico impreso, ya que su canal de transmisión es la red mundial. La fuente informática ahorra tiempos de transporte y riesgos de incomunicación que sí enfrenta el medio impreso. Igualmente, la información en la red es oportuna, está al alcance y disponible inmediatamente y puede ser actualizada cuantas veces sea necesario.

“Es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad; Los medios tradicionales son unidireccionales, el mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o televidente que establezca comunicación posterior) En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor. En el 2009 ya casi no existen agencias de medios tradicionales que no tengan su departamento o planificadores “Digitales”, ya nadie niega la importancia de este medio y todas de alguna manera u otra dan una solución a sus clientes.

La sociedad está cambiando por coyuntura y el avance de las redes de comunicación cambia a mayor velocidad que los propios medios al tener que readaptarse

permanentemente a las condiciones establecidas por los usuarios que, a su vez, han producido sus propios sistemas de intercambio transformándose. Esto ha provocado la crisis de los medios tradicionales que han visto cómo se produce el progresivo abandono de sus públicos en beneficio de los nuevos. Por lo tanto cabe indicar que la revolución del Internet ha traído cambios profundos en los medios de comunicación que ha permitido que la ciudadanía esté mejor informada en todos los aspectos ya sean estos deportivos, políticos meteorológicos, etc.

“El paso de lo analógico a lo digital modificó la percepción de que es un medio al tener los usuarios la posibilidad de establecer sus propias reglas de consumo y producción de información. Durante décadas fueron los medios los que diseñaron sus públicos, independientemente de que siempre se tuviera en cuenta en mayor o menor medida su existencia, lo cierto es, que el público se formaba a imagen del medio. Con la llegada de la digitalización y las redes, esta situación ha cambiado radicalmente: La creación de escenarios globalizados, la horizontalidad de la información, la potencialidad reversible de los dispositivos digitales, es decir, su capacidad de convertirse en emisores de información”.⁵

Lo análogo tuvo gran importancia en su época, en la actualidad la digitalización dio un giro total a la visión del mundo. Podemos darnos cuenta en el proceso que ha tenido la transformación de todos los medios, de los ordenadores, la radio, la prensa e incluso la TV que antes el procedimiento era muy diferente. Actualmente los medios poseen otras características desechando los sistemas antiguos.

Se está produciendo el alejamiento progresivo de los medios tradicionales en beneficio de esos nuevos medios socializados emergentes favorecidos por la creación de redes digitales globales. Prensa, Televisión y Radio convencionales se resienten del impacto de lo digital, de los efectos en cadena que su aparición ha causado. Los datos son constantes: nos muestran una progresiva pérdida de públicos en todos los medios convencionales. Las nuevas generaciones *crean* sus propios medios y formas de comunicación, sus propias maneras de interrelacionarse. Para los jóvenes, la pantalla del ordenador es un súper medio

⁵ Fuente Periodismo Digital prof. Enrique Castejon.

centralizado en el que prefieren ver el episodio de su serie de TV favorita, mientras ven el episodio, pueden estar chateando u realizando cualquier otra actividad compatible. Puede entrarle un mensaje en el que un amigo online le recomienda un enlace a un vídeo que acaban de subir en YouTube. Así, en unas cuantas horas, ha fraccionado su tiempo en diversas actividades, muchas de ellas simultáneas.

Cuando inicié mis laborales en los canales de televisión como Ecuavisa, Gamavisión y Canal Uno se lo realizaba las coberturas con filmadora de dos cuerpos, hoy compactadas, así mismo antes se grababa en cinta sea esta VHS, betacam, mini dvd, hi8, entre tantas innovaciones que ha experimentado el registro de información.

Las cámaras de video están adoptando el sistema de las tarjetas de video que se han convertido en una herramienta sumamente útil para el periodismo y por ende para la elaboración de noticias.

La digitalización del video determina que el periodista se actualice en el uso de nuevas tecnologías que facilitan el acceso del público a través del internet.

La transferencia de lo analógico al digital es un hecho consumado. No es solo que hayan hecho su aparición medios específicamente digitales; es que las cifras de los medios mejoran en la red respecto a los impresos. Los medios impresos han tenido que readaptarse para competir incluso con sus propias versiones digitales. Lo analógico y lo digital difieren incluso en la representación del mundo del que informan. Las estructuras cerradas de los medios impresos se transforman en estructuras flexibles en la plasticidad del enlace hipertextual. Hoy podemos contemplar cómo ha cambiado, al menos en apariencia, esta política. El ejemplo más evidente son los *blogs* o bitácoras. Hoy en día existen millones de personas provistas de dispositivos de captación y transmisión -cámaras digitales de fotografía y vídeo, grabadoras de sonido, teléfonos móviles, ordenadores, etc.- potenciales corresponsales de cualquier medio son los nuevos testigos de la historia.

Las peculiaridades de Internet son tan infinitas como sus capacidades, además que sería una osadía afirmar que de la Red ya se ha descubierto y se ha dicho todo. Ahora bien, es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad.

Los medios tradicionales son unidireccionales, el mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o

televidente que establezca comunicación posterior) En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional.

“En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor los procesos de transformación causados por la digitalización están modificando a gran velocidad el escenario mediático. La sociedad que se está generando por las redes de comunicación cambia a mayor velocidad que los propios medios que tienen que readaptarse permanentemente a las condiciones establecidas por los usuarios que, a su vez, han producido sus propios sistemas de intercambio transformándose en comunidades. Esto ha provocado la crisis de los medios tradicionales que han visto cómo se produce el progresivo abandono de sus públicos en beneficio de los nuevos”. El paso de lo analógico a lo digital ha modificado la percepción no solo desde la perspectiva del empresario sino desde el ser humano que está en la posibilidad de establecer sus propias reglas de consumo y producción de información.

1.3 APARECIMIENTO DE LOS MEDIOS NATIVOS

El aparecimiento de los medios nativos en nuestro país se dan sin mucha publicidad allá por los años 2000 aproximadamente, cuyos requisitos para estos medios eran de libre disponibilidad, donde cualquier persona pudo contar con un Diario virtual o lo podía diseñar, sin embargo, la sobre vivencia de dicho medio era un verdadero vía crucis debido a que los pautajes en esas épocas no constaba en las principales Agencias de publicidad, o que empeoraba aún más la estabilidad de dicho medio de comunicación, podemos mencionar que uno de los fundadores de los medios nativos en el Ecuador ha sido Ecuador Inmediato y encabezó la lista de los principales medios virtuales que ha podido mantenerse y lo que es más haber podido mantener una línea de información no solo en el lado virtual sino haberse trasladado a una de las frecuencias en FM.

Por lo tanto a estos medios los llamamos nativos porque no han sufrido esa transformación de haber sido análogo a convertirse en digital, sino que desde sus inicios estos medios han sido virtuales.

“A través de la historia se han dado diferentes inventos que han transformado la comunicación y por ende la vida del hombre como: el telégrafo eléctrico inventado por

Samuel Morse en 1832 que presencié una demostración en la cual se observaba cómo la electricidad era capaz de hacer oscilar un imán. Morse descubrió que de esta manera podía mover un lápiz, entonces dedujo que era posible enviar mensajes a través de un alambre por donde circula electricidad, abriendo y cerrando el circuito de modo tal que se produjeran impulsos eléctricos que imprimían con tinta sobre cinta de papel, por consiguiente estos impulsos eléctricos eran transformados en letras ”.

Por el año de 1899, Guglielmo Marconi, logró una comunicación inalámbrica, de costa a costa del canal de la Mancha (50 km) en código Morse. Surge la telegrafía sin hilos o radiotelegrafía. La radiotelegrafía no permitía transmitir la voz humana porque las ondas eléctricas que emitía solo podían lograrse por impulsos y no con la secuencia continua que es necesaria para emitir voces o música por las diferentes bandas radiales AM O FM.

Este valioso medio de comunicación se lo usa en educación por la rapidez de su difusión, por la economía del servicio y por el alcance de su emisión.

Para el año de 1926 John Baird, presentó las primeras imágenes televisivas en Londres.

El desarrollo de la televisión comenzó en 1930, tuvo un paréntesis durante la Guerra Mundial porque los científicos se dedicaron al radar y a las comunicaciones para el área militar.

En la década de los 70 la imagen a color desplazo al blanco y negro influyendo enormemente en la sociedad informando, entreteniendo y educando.

El desarrollo de la computación y su integración con las telecomunicaciones en la telemática han propiciado el surgimiento de nuevas formas de comunicación, que son aceptadas cada vez por más personas. El desarrollo de las redes informáticas posibilitó su conexión mutua y, finalmente, la existencia de internet, una red de redes gracias a la cual una computadora puede intercambiar fácilmente información con otras situadas en regiones lejanas.

Las redes informáticas resultan de la conexión de varias computadoras entre sí, desde pocos centímetros de distancias a kilómetros de distancias entre cada una de ellas. Internet puede definirse como una red de redes de alcance mundial, que permite a millones de usuarios conectados a la misma: compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier ordenador en el mundo.

La clave del sistema es que no se necesita saber en qué lugar se encuentra lo que se busca, sino lo qué es lo que se busca.

Los medios de comunicación masivos nos acercan información de cualquier parte del mundo en un abrir y cerrar de ojos y es precisamente que a través del se puede obtener internet un caudal de información y que a su vez su acceso es inmensurable, de algo estamos seguros; tanto los medios de comunicación, como la forma de comunicación, irán avanzando y cada vez a pasos más grandes; hoy hablamos de Internet dentro de unos pocos años que nos deparará con el avance vertiginoso de la tecnología.

1.4 CONCEPTO

Entendemos como "nativos digitales" a la tendencia a realizar todas estas tareas simultáneamente, desconcertando a sus mayores, que están acostumbrados a organizar su trabajo de forma más ordenada. Se observa incluso con preocupación cómo los hábitos de lectura y análisis de la información son sustituidos por estrategias mucho más superficiales de búsqueda y cómo se recurre sistemáticamente a "copiar y pegar a la hora de redactar cualquier texto. Padres y profesores sienten una barrera frente a estas generaciones y sus formas de utilizar la tecnología para el aprendizaje, en parte por sentirse muchas veces perdidos y en cierta medida en desventaja y en parte por su desconfianza ante estas estrategias de estudio.

Se ha argumentado que estos jóvenes, que han aprendido a leer en un mundo crecientemente digital, se enfrentan a un nuevo escenario que obliga a repensar en profundidad el sistema educativo. Los hábitos de estudio y aprendizaje de estas generaciones, denominadas habitualmente como "nativos digitales".

1.5 CARACTERÍSTICAS

Si se explotan las posibilidades de las nuevas tecnologías, profesores y estudiantes pueden acceder a un paradigma de aprendizaje más efectivo cuyos fundamentos están basados en las siguientes características: contenidos hipermedia que rompan la linealidad de los contenidos analógicos, un aprendizaje basado en el descubrimiento y centrada en los estudiantes, una orientación hacia el aprendizaje permanente donde el estudiante debe desarrollar habilidades para localizar los recursos que necesita y un diseño curricular que atienda las necesidades personales de cada alumno y donde se ponga en valor el potencial de los juegos para motivar el aprendizaje. Partiendo de este conjunto de argumentaciones,

Bennett et al. (2008) consideran que el debate sobre los nativos digitales se puede asemejar a un proceso de "pánico moral", un fenómeno donde un debate sobre una cuestión de interés general alentado de forma expresiva por los medios de comunicación puede llegar a alcanzar una magnitud que no se sostiene por ninguna evidencia, con la característica especial de producirse en un ámbito académico. Denuncian además que este enfoque limita la posibilidad de entender el fenómeno y reclaman un tratamiento más equilibrado y desinteresado.

1.6 WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

“La introducción de la mayor parte de tecnologías de la comunicación como Internet y WWW en ocasiones tienta a sus entusiastas a predecir que producirán cambios revolucionarios en el proceso de la opinión pública. Debemos reconocer que la tecnología disponible canaliza el alcance, la amplitud, la profundidad y la estructura de las redes de comunicación “⁶

La comunicación digital adquiere más fuerza que nunca y aunque algunos sectores opinan que los medios online no reemplazarán a los medios tradicionales de forma definitiva puede que tan solo sea cuestión de esperar y comprobar como con el tiempo esta previsión se convierte en toda una realidad, lo que sí es ya un hecho, es que el crecimiento de los medios digitales ha comenzado relevando a diferentes medios y soportes tradicionales a una segunda posición por lo que más que un indicio, ello puede suponer una evidencia de lo que a futuro podremos disponer.

No solo los medios de comunicación se han visto en la necesidad que la comunicación sea incluyente, el Gobierno Nacional implementó una campaña agresiva de difusión de las diferentes actividades que realiza el Gobierno a través de los medios de comunicación alternativos o los llamados medios pequeños de las diferentes provincia para que se difunda los logros y proyectos a través de las diferentes herramientas que nos brinda el internet entre ellas se ha mencionado flicker, etc.

La cantidad de información que se generan en diferentes campos a través del internet determina que los medios de comunicación busquen incluirse en esta gran sociedad virtual, caso contrario corren peligro de quedar al margen de espacios de discusión y disminuir sus

⁶ El Proceso de Opinión Pública “Cómo habla la gente” Irving Crespi

márgenes de audiencia. A partir de esta realidad los medios programan sus presupuestos pensando en la inversión de nueva tecnología, diseños de páginas web y en la capacitación que debe existir para el personal, pues cada día se conoce diferentes maneras de navegar en el interesante mundo del internet. Cabe mencionar que la información va de la mano con la publicidad y dentro de los procesos de reingeniería de los medios y la programación de egresos se contempla la promoción en Internet como alternativa para mejorar sus ventas.

Es evidente que la prensa tradicional se encuentra en una situación de transición, que bien pudiera terminar en la crisis de un sector que cada día pierde más terreno ante los medios de comunicación y los periódicos en línea.

La convivencia entre medios impresos y periódicos virtuales sirve para enfrentar la transición, pero la realidad nos muestra como grandes grupos editoriales y medios de comunicación de prensa escrita están afrontando momentos difíciles que en algunos casos se ha traducido en despidos de personal, reducción en las ventas y a futuro un progresivo cierre de medios impresos.

Todos creen que la solución es adaptarse a las nuevas tecnologías, pero la solución tal vez sea adaptarse a las nuevas audiencias. El oscuro objeto de deseo son esos usuarios denominados. "Bedroomers", por haber trasladado el "centro de comunicación" desde el salón -televisión, radio...- al dormitorio -ordenador, teléfono móvil.

Hay una inmensa ola de innovación que sigue transformando la industria periodística global y que trae consigo nuevos éxitos para las empresas que aprovechan las nuevas oportunidades y se comprometen con la renovación. En la misma medida en que madura Internet, los periódicos se diversifican cada vez más para ampliar sus servicios y productos digitales, con resultados cada vez más rentables y sobre todo el usuario cada vez acepta más la noticias en línea como una fuente de información, sin embargo, como materia de investigación está la manipulación de los diferentes videos que son subidos a la web en los diferentes programas entre ellos YouTube, Wikipedía, pues aprovechando los diferentes efectos que hoy en día permite el sistema de procesamiento de imágenes se puede manipular la información a conveniencia de las partes.

Las herramientas del internet, la producción de video digital y la accesibilidad a tecnología de punta sirven para que grupos que estuvieron al margen de las agendas de los medios de comunicación ahora puedan contar con medios donde muestren sus costumbres, su manera

de ver la realidad, su ideología y sus aspiraciones.

El acelerado desarrollo de la tecnología en la vida cotidiana de los ciudadanos del siglo XXI transformó definitivamente las costumbres que signaban la tradicional relación del público con la cultura. La información de importancia capital en las sociedades de la información es, tal vez, el bien máspreciado de la nueva era. En consecuencia, los medios de comunicación supieron entender más pronto que tarde que el futuro pasa por Internet. Y el periodismo fue y es una de las profesiones que más y mejor abrazaron la digitalización. El cambio de paradigma en la profesión que produjo el desembarco de los periódicos en Internet es, aún hoy, tema de análisis en el mundo entero. “Las grandes editoras de diarios tuvieron temprana conciencia de la necesidad de establecerse en Internet”, subraya Luis Albornoz, especialista en comunicación, tecnología y sociedad.

Hoy los principales diarios on-line cuentan con una actualización permanente, de 24 horas, en sus contenidos informativos y complementan, en muchas ocasiones, a las ediciones impresas”, “Esta producción permanente de un flujo noticioso –explica– acerca a las cabeceras digitales a las lógicas de funcionamiento de las señales todo noticias de radio y televisión. Internet otorga a las editoras la posibilidad de brindar novedosos servicios que buscan atraer potenciales usuarios y satisfacer sus distintas necesidades. Hay diarios on line que ofertan versiones especialmente diagramadas para discapacitados visuales, espacios virtuales para guardar artículos de interés o envíos de titulares de una determinada sección a través del correo electrónico.”

El crecimiento del parque de computadoras a nivel empresarial y doméstico, la conexión de éstas a Internet y el significativo aumento de conexiones con un ancho de banda suficiente para cargar y descargar contenidos audiovisuales y multimedia inciden en el aumento de contenidos y servicios de todo tipo a través de la red. Los diarios, como empresas privadas y comerciales, tienen hoy la necesidad de incursionar en las redes digitales de manera exitosa. Y para eso necesitan crear sitios web atractivos: la atracción trae prestigio y visitas; el prestigio, influencia y las visitas, publicidad.

Se observan claras diferencias entre aquellos diarios on line que pertenecen a conglomerados empresariales multimedia y aquellos que no. La pertenencia a un grupo multimedia permite establecer una serie de reenvíos, a través de enlaces, entre las distintas unidades informativas (radio, televisión). Así, por ejemplo, una noticia escrita e ilustrada con fotografías se ve complementada por el audio de una entrevista o las imágenes de los

protagonistas. Para muchas editoras la producción de audio y video es un desafío nuevo, algo totalmente ajeno a las habituales rutinas periodísticas. Por otro lado, la creatividad y la confluencia de diferentes saberes profesionales están dando lugar a atractivos gráficos animados que van perfilando como una nueva manera de relatar y construir sucesos de interés general.

Escribir en web “es pensar en una nueva sintaxis, en un nuevo lector y un nuevo hábito”. No es la misma técnica pero son muy similares, aunque hay que tener en cuenta algunas nociones básicas, que todavía, hoy en día, muchos medios de comunicación no tienen bien asumido en sus ediciones digitales.

La pirámide invertida debía “permitir la eliminación sucesiva de párrafos, desde el último hasta el segundo, sin que el lector advirtiera la falta de ninguno de ellos”. Aunque está algo obsoleto, hay que prestarle atención, sobre todo, en los textos puramente informativos.

Con la llegada de Internet y su popularización como medio informativo, no solo recuperó la famosa pirámide sino que la “modernizó” y “exigió para ella un nuevo estilo“. Esto es fundamental, pues actualmente es evidente que la noticia de Internet debe redactarse con este tradicional esquema, “sólo que adaptado a nuevas exigencias”.

No hay que olvidarse que uno de los grandes cambios que ha supuesto Internet es la hipertextualidad. El buen uso del hipertexto, que sirve como retroalimentación constante de la web. Pero para ello hay que conformar -insisto- textos más bien cortos, siempre y cuando la actualidad lo permita, pero no más allá de 5 ó 6 párrafos, de la misma manera podemos indicar sobre la hipertextualidad “es la capacidad de interconectar varios textos dentro de una misma red” **Multimedialidad** - “Capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un sólo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido”.⁷ (Salaverría.)

Una de las características quizás más visibles de la red para atraer un usuario son los siguientes:

- Organización. Hay que tratar de organizar el contenido para evitar la sobrecarga informativa, así como tratar de evitar que el usuario haga demasiados clic hasta llegar a la información que desea consumir.

⁷ Salaverría, R : Prensa Diseñando lenguaje para el ciberperiodismo. Revista Latinoamericana de Comunicación

- Contenido único. Evitar los despachos de agencia y aportar contenidos elaborados por los profesionales del diario.
- Enlaces. No sólo a las informaciones publicadas dentro del sitio sino también a webs externas aunque no sean del mismo grupo editorial.
- Comentarios. Permitir a los visitantes poder opinar y enriquecer la noticia.
- Periodismo ciudadano. Además del apunte anterior, tratar de invitar a los lectores a interactuar con el sitio de una manera más activa más allá de los comentarios.
- Marcadores. Permitir a los usuarios utilizar marcadores dentro de un sistema de gestión dentro del sitio Web.
- Imágenes en movimiento. No ceñirse a las imágenes estáticas de las fotografías, sino ampliar las informaciones hacia contenidos audiovisuales.
- Sonido. Por supuesto que utilizar otros soportes más allá del texto y la imagen cuando el testimonio lo requiera.
- RSS. Ofrecer la posibilidad a nuestros lectores a suscribirse a nuestros contenidos.
- Bitácoras. Disponer de las herramientas necesarias para la creación de una comunidad de lectores, además de permitir a nuestros lectores que creen sus propios contenidos.
- Redes sociales. Considerar la creación de una red social dentro de nuestro periódico tal y como están haciendo actualmente las redes de blogs.
- Corrección y calidad.
- Innovación. Repensar constantemente lo que ofrecemos a nuestros lectores, además de facilitarles las herramientas para participar en nuestro contenido informativo.
- Comunidad. Redes sociales, bitácoras, comentarios.

Anteriormente Internet era propiamente unidireccional, es decir, la información era más bien de corte informativo y no permitía la interacción directa con y entre los usuarios. Hoy en día, se ha convertido en bidireccional y nos permite la interacción de todo tipo de contenido, sean estos videos, imágenes, textos e inclusive almacenamiento y edición de archivos online y en tiempo real. Estas herramientas permiten la integración de un tejido social, es decir, una red de personas que pueden interactuar a través de los espacios que se han generado en Internet, tales como blogs, google groups, twitter, facebook, wikipedia y un sinnúmero de útiles aplicaciones que permiten la interrelación de información. En este sentido, la información necesita de ser procesada, asimilada en aprendizajes útiles para los propósitos de la educación, que verdaderamente incidan sobre los conocimientos que imparten los docentes en sus aulas. Así, la Web se basa en un componente social, por lo que aplicada en

el ámbito educativo, constituye un potente medio para construir el conocimiento de forma colaborativa, mediante aportaciones individuales que enriquezcan el aprendizaje y la práctica docente. En este sentido, la información circula en Internet y es necesario desarrollar competencias necesarias para recopilar, organizar y procesar la información para generar contenidos oportunos y aplicables en la vida diaria. Así por ejemplo, podríamos utilizar google , al momento de impartir la clase de geografía o historia universal para ubicarnos en el espacio y en el tiempo, creando estrategias de participación de manera presencial o virtual con los alumnos, al tiempo que se generan respuestas en determinados blogs creados para la materia, y se suben los productos escritos formales al correo electrónico o a un escritorio virtual que nos da la posibilidad de subir y compartir archivos online, al tiempo que se pueden editar por los usuarios participantes

1.7 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS.

Las herramientas virtuales más utilizadas para generar sociedades de comunicación son:





Gmail, permite obtener de manera gratuita una cuenta de correo con un servicio bastante rápido.

Youtube, actualmente es la aplicación 2.0 más utilizada. Es el mejor portal de videos de internet.

Twitter, espacios que facilita el diseño de los microblogging.

Wikipedia, Es la mayor enciclopedia online.

Google Reader, comprueba constantemente si hay contenido nuevo en tus blogs y sitios de noticias favoritos.

Google Docs, esta aplicación puede sustituir a Office y siempre es una ventaja tener mis trabajos sanos y salvos en Internet.

Bitácora o diario en línea, es un blog que permite a los usuarios crear entradas, artículos de su interés, relacionándolos a su vez con otros hipervínculos o enlaces relacionados o que contextualiza la información.

Del.icio.us es el servicio de marcadores sociales de uso más extendido. Flickr, Sistema de gestión de fotografías online que combina las funciones tradicionales de un archivo digital (ya que clasifica las fotos por categorías, permite escribir perfiles del autor y también enviar las imágenes por correo electrónico con comentarios) con algunas herramientas más propias de los programas de tratamiento digital de imágenes. Su competidor es Picassa
Facebook, es una herramienta social que pone en contacto a personas.

Bloglines, El más popular agregador RSS que ahorra tiempo en la búsqueda de información.

Finalmente cabe indicar que algunas de estas herramientas continuarán a lo largo de los próximos años, y otras perderán su relevancia.

Texto jornadas reinventar los Medios dentro foro Encuentros con el país en el foro complutense/ 13 dic. Del 2007UCM-13 diciembre facultad de ciencias de la educación.

1.8 PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA RED

La facilidad para transmitir todo tipo de obras y contenidos por la Red hace que su copia ilegal, vulnerando derechos de autor, sea una práctica enormemente extendida e incluso incentivada por determinadas plataformas. Prácticamente todas las obras que se pueden difundir a través de medios electrónicos son susceptibles de ser pirateadas, en perjuicio de sus autores.

Además de los derechos morales que corresponden a todo autor de una obra por el mero hecho de ser el creador de la misma, nos encontramos con otro tipo de derechos, los económicos, susceptibles de ser cedidos por los autores, y cuya regulación debe tenerse muy presente en el caso de divulgación de obras a través de internet.

Una obra de arte o una creación intelectual por el simple hecho de estar en la Red, se considera ya protegida por los derechos de autor, y aunque no es obligatorio, sí es recomendable protegerse registrando dicha obra cultural en el Registro de la Propiedad Intelectual, que desde hace poco cuenta con una sección especial dedicada a las creaciones en espacios virtuales para evitar plagios o reproducciones no autorizadas.

<http://wwwwhipergene.net/lamdeiadownload/we-media-espanol.pdt>

.

1.9 REDACCIONES DIGITALES.

Los periódicos cambian permanentemente los esquemas de sus salas de redacción para que no solo se orienten a la prensa escrita y apunten sus esfuerzos a la redacción multimedia

La presentación de este año hará hincapié en las innovaciones en el diseño de los periódicos, en los sitios web, en el periodismo ciudadano, en los infográficos, revistas y suplementos, en el flujo de trabajo y mucho más divide la historia de la evolución humana en tres etapas que califica como revoluciones, cada una de ellas caracterizada por una invención o nueva tecnología, a su vez relacionadas con alguna nueva forma de comunicación.

Las razones por las cuales se concibe a la Red como el hito que representa esta revolución y nueva etapa de la humanidad se fundamentan justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional, en relación con los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece diversas ventajas, por ejemplo que las noticias se consignan en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en video y grabaciones de sonido con las declaraciones de las fuentes oficiales.

En la Red, todos los recursos de comunicación pueden mostrarse fácilmente integrados. El acceso a un medio digital, por encontrarse en un soporte universal, es posible en mayores proporciones que en los medios convencionales. Un medio tradicional con soporte en la Web logra llegar a públicos en cualquier parte del mundo, hecho que no le resulta posible con su soporte convencional (sea un impreso, un canal de TV o una estación de radio).

Otra ventaja importante es que las noticias llegan más pronto por Internet que con el periódico impreso, ya que su canal de transmisión es la red mundial, la computadora ahorra tiempos de transporte y riesgos de incomunicación que sí enfrenta el medio impreso. Igualmente, la información en la red es oportuna, está al alcance y disponible inmediatamente y puede ser actualizada cuantas veces sea necesario.

1.10 INTEGRACION DE SALAS DE REDACCION

La mayoría de los medios de comunicación, locales y mundiales, están adoptando la modalidad de obtener en sus redacciones ya sean de noticias, deportes, espectáculos, salas integradas de redacción a un sitio web que garantiza una permanente conexión con la sociedad virtual.

La principal dificultad un trabajo en conjunto es que los periodistas que trabajan para la versión impresa no se sienten involucrados con el portal, así mismo para determinados medios escritos la integración no ha sido muy efectiva. El diario El Mundo es que en su edición en línea puede incluir abundante información que no cabe en la edición impresa lo cual genera un divorcio entre lo que se publica en la red y lo que se vende en un tabloide.

Nuestra sala de redacción integrada nos ha ayudado a ser más eficientes, ha eliminado la duplicación de trabajos que estaban siendo realizados por periodistas diferentes y nos ayudó a producir mucha más información para la necesidad diaria. La más grande desventaja que experimentamos de la sala integrada es el rechazo inicial de los periodistas hacia las nuevas tecnologías y herramientas de edición. Pero periodistas educados para la edición impresa y los educados para la edición online se están viendo continuamente unos a otros para ver cómo trabajan los otros.

El flujo de trabajo en su sala de redacción en la era del propone un trabajo mucho mas ágil y las herramientas que proveen de información permite conocer que es lo que quiere la gente (la gente que lee las noticias en el portal, que es muy diferente que la que lee la edición impresa). Por años, las herramientas de Internet han sido parte de la rutina diaria de los periodistas, desde el correo electrónico hasta la documentación auto-administrada a través de motores de búsqueda, incluyendo el motor de la versión digital del periódico y el archivo. Actualmente, hay herramientas que nos indican los gustos de los lectores que influyen en nuestros contenidos.

Los editores de las secciones integradas no solamente están pensando en la edición de mañana sino sobre las noticias que el mundo transmitirá en las próximas horas o minutos. El trabajo aumenta pues deben pensar en historias más atractivas, vendibles y el soporte multimedia, o cuáles vídeos e infografías pueden ser usados online.

Para el consultor de medios digitales, *Christian Espinosa*, cuando los periodistas digitales tomen el mando del medio impreso, invadan los espacios de toma de decisiones, asciendan a los máximos niveles de mando editorial; cuando el producto de papel y sus formas y ritmos de trabajo se reestructuren, adaptándose al medio más rápido; cuando se obligue a los periodistas tradicionales a conocer Internet para aspirar a ascender.

En suma; la integración que podría funcionar sería una integración en la que Internet devorase al impreso, y ésa todavía no sucede

El periodismo escrito ha marcado como estilo, la confrontación de fuentes, la especialización de las coberturas y la posición editorial, procesos que no se registran aun en las noticias que se emiten desde el internet es por ello que juntos deben avanzar a un todo funcional y articulado.

Hace falta colocar a personal capacitado en medios informativos digitales en los mandos

medios y direccionales para que resulte alentador a quienes dentro de una empresa se haya preparado en este campo y para que el medio genere un prestigio por su evolución con la tecnología y por su sentido de equidad con el personal y para ello necesitan modificar el sistema de ascensos profesionales internos. Hace falta crear nuevas posiciones de elevada responsabilidad, y por tanto mejor categoría profesional y salarial.

Ninguna de las integraciones que se han hecho hasta ahora cumple con estos parámetros. Por eso ninguna ha funcionado de verdad, y muchas de ellas sólo han servido para empeorar el futuro de los medios que las han llevado a cabo”.

CAPITULO 2 INVESTIGACION DE MEDIOS.

2.1. DESCRIPCIÓN DEL MEDIO

ECUADOR EN VIVO



Los medios de comunicación hoy en día están a la vanguardia de los últimos avances tecnológicos con importantes inversiones que mejoran su producto final y con el objetivo de ver retribuido el esfuerzo en sus utilidades.

El Diario Digital Ecuador en Vivo, es un ejemplo que las nuevas tecnologías han obligado a redefinir el periodismo y la relación con sus lectores por el impacto que tiene el internet y la web. En su visión como medio consideran que los sistemas democráticos no funcionan sin gente educada, formada e informada.

En ese proceso de innovación, es imperativa la defensa del servicio público de la prensa y, para ello, hay que poner en manos del público toda la información posible, así como también que los lectores compartan sus experiencias y datos.

Nunca hasta ahora, editar cualquier clase de contenidos (texto, audio y video) a escala mundial había sido tan fácil, tan asequible y sobre todo había estado de modo masivo al alcance de cualquiera persona que tenga acceso a un computador y esté conectado a la web. Es el momento para innovar y reconectar el periodismo con las comunidades. En esa redefinición del nuevo periodismo de la web, Ecuador en Vivo utilizará las noticias de última hora como un elemento de conexión y atracción, además comparte con sus lectores comentarios y puntos de vista que tengan relación con todo el acontecer noticioso nacional y mundial.

El diario Ecuador en Vivo periódico electrónico multimedia interactivo pluralista, consciente de su papel asume el reto de participar en la construcción de una sociedad más equitativa, entregando información oportuna y veraz.

Plantea como principio fundamental de su actividad la defensa de las libertades individuales y colectivas, dentro del marco del respeto al orden constituido y de una prensa sin ataduras que responda a los intereses de la población, en este contexto respetamos la libre determinación de los pueblos y regiones, cuya finalidad no sea otra que propender al bienestar social y económico de la población.

El lema de ecuadorenvivo.com es “el periódico que está vivo”, y define claramente el objetivo del medio y en sus páginas tendrán cabida todas las corrientes del pensamiento humano sin importar su condición ideológica ni social, exceptuando aquellas que promuevan el terrorismo en todas sus manifestaciones.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las tablas cualitativas el medio digital, Ecuador en Vivo, no está aplicando en su totalidad las herramientas web 2.0 en comparación con el Nacional de Venezuela que es un Diario muy avanzado en su diseño. A Ecuador en Vivo le falta perfeccionar su esquema de encuestas en donde solo se encuentran preguntas cerradas de sí o no y no hay otras alternativas para contestar las inquietudes que plantea a los usuarios.

El tratamiento de las informaciones es sesgado pues se dedica a contradecir las gestiones del Gobierno y con ello deslegitima el trabajo de un medio de comunicación, además de

fallas en la utilización y el manejo de las fotogalerías, los audiogalerías, los videos on streaming.

La mayoría de la información es copiada de otros medios y no se aprecia el trabajo del periodista, mucho menos abre espacios de opinión ciudadana o propone a los lectores convertirse en reporteros, finalmente no ofrece accesos directos a otras sociedades virtuales.

En este portal el 60% de la información está destinada a la política y noticias económicas, ambos reforzados con blogs de opinión que generalmente realizan un análisis de las noticias conducente y crítico con el gobierno.

El 25% está destinado a noticias deportivas generalmente coyunturales sin que haya un análisis minucioso sobre los temas informados.

El 15% del espacio informativo está destinado para noticias de espectáculos, sociales y otros, sin que conste una agenda especial para la comunidad.

CONTENIDOS INFORMATIVOS ECUADOR EN VIVO		
a) Information noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si porque el Diario Ecuador en Vivo se está actualizando minuto, donde les llega información de última hora como son los casos de accidentes o temas políticos y que lo resaltan con el título de Ultima Hora	Libre acceso
Coberturas móviles	Si. esta es una de las actividades más cotidianas que se alimenta el Diario que permite que la información llegue al instante que se desarrolla la información	Libre acceso
Especiales (tipo reportaje)	No	
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si. Debo informar que este Diario siempre tiene Publicidad establecida en especial de las entidades públicas	Libre acceso
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si los tiene donde se refieren ya sean de opinión o de información o de ofertas	Libre acceso
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Por supuesto que lo tiene, este Diario se caracteriza por recopilar la mayoría de los videos de los principales noticiarios en especial de Teleamazonas y una que otra fotografía	Libre acceso
Fotogalerías	No	
Foto – móvil	No	
Audiogalería	No	

Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video <i>on demand</i>	Si. Este diario si posea esta alternativa, se caracteriza por tener la mayoría de las entrevistas en especial políticas de los canales nacionales	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video móvil en vivo	No	
Gráficos animados / interactivos	Si posee como son los relacionados al Soat o el Consejo Provincial	
Mapas interactivos	No	
Infografías animadas	Si. Las tiene y me parece que llaman mucho al cliente estas nuevas formas de hacer publicidad	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si. Tiene relación con otros medios de hecho en su página se puede ver las notas de diferentes medios como de Teleamazonas, Ecuavisa, entre otros	
Enlaces intra – texto	No	
	Si. Poseen pero no en todas las informaciones y se puede determinar pues se diferencia por estar resaltado o de un color determinado	
Enlaces externos (hacia afuera)	Si. Tiene pero en esta ocasión cuando se establece en determinada palabra el mismo está diseñado para ser consultado a través del internet	
Diarios	Si. Los tiene este medio pues este recopila toda la información de las principales noticias y pone en su portada Ecuador en vivo	
Sindicación de noticias de otros medios	Si. Reitero que adhiere mucha información de otros medios	

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 tiene contacto a través de las encuestas, se puede dar su opinión sobre alguna noticia. Si posee información como correos, teléfonos, nivel educativo entre otras cosas.	
Foros	No	
Encuestas	Si las posee, pero insisto que dichas encuestas son en contra de las políticas del Gobierno	
Comentarios	Si hay como indicar su punto de vista sobre algún punto o noticia determinada	
Votación de notas	No	
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	-No Hay esta alternativa de envío de notas o fotos. -Si tiene sus propias notas pocas, pero las tiene -Si posee Blogs pues a través de ellos se puede recibir por ejemplo los titulares de las noticias. -No	
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 YouTube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	-No tiene Directorio -No -no tiene alternativa de fotos con el programa de Flickr. -Pose videos de las diferentes entrevistas realizadas por canales como Ecuavisa, Telemazonas, entre otras, es decir, no tiene esa alternativa para subir los videos. -videos streamning No poseen -Si posee a través de esta	

	página Web se puede determinar o corresponder a las diferentes personas que necesita saber de una determinada información.	
Otros		
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	-No -Si pues a través de este programa se puede descargar los videos con audio. -No - Si con ello se determina una relación directa con el usuario. -Si tiene quienes integran el periódico digital. Si con esta herramienta se puede conocer de la cultura, del deporte	
Presencia en Flickr	No tiene	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si por intermedio de este dispositivo se puede determinar que video se puede observar	
Wiki	Si es el lugar donde se consulta la mayoría de nuestras interrogantes	
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 todos los diarios debe tener para poder ingresar. -No -Este Diario tiene en su portada los titulares con efectos para que el cliente o el usuario pueda observarlos, con su respectivo texto. -Si los periodistas están en contactos. -De acuerdo a la tecnología que posea tu teléfono	

Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros 	Si los contactos se lo realiza a través de estas páginas y hoy por hoy una de las páginas más visitas en la actualidad son el Hi5, Facebook, donde se ha determinado la cantidad, sin embargo, los peritos en la materia determinaran cuales son los sitios más navegables	

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	Si. Ecuador en Vivo mantiene en su portada un cambio en sus titulares que se intercalan para dar paso a otro titular, lo que es una buena alternativa para conocer las principales noticias que han ocurrido en el día a día y además seleccionan las principales, y con ello se incorporan el video respectivo. De la misma manera, existe a un costado, un link que permite a través del correo electrónico, lleguen los titulares de las principales noticias; de la misma manera en la portada, nos suministran gran cantidad de información de todos los medios, eso permite que se esté informado desde los diferentes medios principales del Ecuador, así mismo en la parte inferior hay atención al cliente para la suscripción.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, Ecuador en Vivo tiene la característica que su portada es larga, es decir, se despliega en su totalidad toda la información y ha noticias que se titulan como última hora con un color rojo para llamar la atención del usuario y por ende desplegarse la información.	

	Ventanas informativas sobre las temperaturas del tiempo de las principales ciudades del mundo, en especial las capitales del mundo.	
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	-No -La versión en PDF, FTP si posee esta alternativa para poder guardar y al mismo tiempo guardar los archivos respectivos. -Es obvio que tiene la alternativa para imprimir, y cuando se observa una noticia de forma inmediata te permite que puedas imprimir. -Este Diario no posee esta alternativa. -Si posee esta alternativa para emitir facilidades para tener información en estos medios móviles. -Las versiones regionales no tiene. -No tiene versión bilingüe.	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No permite cambiar de letra, solo cuando uno copia cualquier nota	
	NO	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si es la manera de entrar a los diferentes segmentos sean estos deportivos, políticos, sociales, entre otros	
Buscador	¿Simple – avanzado? Simple	
Hemeroteca	Acceso por día o meses. Si podemos tener la información desde hace un día o determinada fecha, como apreciar a la derecha se encuentran las noticias resaltas	
Mapa del sitio	Listado de canales NO	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	Si poseen a través de ellos se dirigen a ha determinado segmento	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	En este bloque solo existe la alternativa de las noticias más leídas	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora	- -Si tiene para suscribirse al mail. -Si tiene la alternativa de noticias de última hora en las noticias. -Si tiene los boletines diarios de las	

- boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	informaciones. -No tiene newletter. - No posee Vías SMS. -Si poseen inscripción vía celular. - Si siempre y cuando exista una suscripción	
RSS	Si tiene porque a través de este formato podemos llegar a saber del algún contenido en particular	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	-Si todos los diarios los poseen para poder ingresar de una manera más rápida. Si considero que los videos pueden ser evaluados para su posterior	
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	Si podemos reenviar las diferentes s correo a las diferentes personas que conocemos	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	Si todas estas alternativas poseen para poder tener comunicación a las diferentes páginas web	
Noticias pueden ser impresas	Si en su mayoría de las notas se pueden imprimir	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si tiene publicidad de diferentes maneras ya sea móvil o estático	
Tienda virtual		
Avisos clasificados	No	
Promociones	Si posee promociones en especial de viajes	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si posee pronósticos de las principales ciudades del mundo	
Transporte público / carreteras	No	

Programación TV	No	
Programación radio	No	
Cartelera espectáculo, agenda	No	
Directorios	No	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No	
Concursos	No	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No	
Horóscopo	No	
Humor	No	
Sorteos	No	
Otros (postales)		
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	El diario Ecuador en Vivo es, periódico electrónico, multimedia, interactivo pluralista e independiente, consciente de su papel asume el reto de participar en la construcción de una sociedad más justa y prospera, entregando información oportuna, plural y veraz.	
Información para anunciantes	Si te permiten a través de correo electrónica, teléfonos para poder acceder a la publicidad en este medio	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No	

2.2 INFORME DIARIO EL NACIONAL DE VENEZUELA



En el caso del Diario El Nacional de Venezuela, podemos concluir que cuenta con un valor agregado, se trata de su página de inicio o portada, cuyo dinamismo permite obtener información de manera inmediata, con solo hacer un click en cualquiera de sus links.

Institucionalmente en el medio venezolano, este es un periódico de referencia y de mucha influencia desde su fundación en 1943, sus versión impresa es la más leída y en la edición en línea, su diseño tiene un esquema que permite visualizar todas las informaciones disponibles e incluso votar por la información más atractiva o interesante.

Este medio digital permite obtener información del tiempo, tanto para ciudades locales como también de las principales capitales del mundo, La página principal tiene información de las noticias más importantes del día y su estructura guarda relación con el periódico tradicional, cuenta con secciones destinadas a noticias, deportes, Medios Bajos, Ciencia, tecnología, internacionales, revistas de variedades etc.

El diario El Nacional ofrece contacto directo con el Internet, un escenario para difundir productos y servicios, en el cual se entremezclan diversos actores: e-marketing (banners, avisos) grupos virtuales como Facebook, Twitter, digg, telefonía celular, mailing, Streaming entre otros. Lo interesante de esto, es que se están creando nuevos puntos de comunicación, espacios de discusión abierta y transparente con oportunidades de llegar a nuevos usuarios.

Las fortalezas del diario son la comunicación de retorno que tiene con sus usuarios a través de los chat, facebook, twitter, bitácoras, entre tantas formas de contextualizar la información, la misma que sirve o para educación. El Nacional de Venezuela, tiene un sitio en el cual las personas pueden acceder a una especie de clasificados gratuitos.

CONTENIDOS INFORMATIVOS NACIONAL DE VENEZUELA		
b) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	La portada del Diario del Nacional de Venezuela la actualizan de acuerdo como van llegando las informaciones, no tienen informaciones en los videos como último hora, sin embargo, tiene una de las portadas más completa.	Libre acceso
Coberturas móviles	La estructura de este diario le permite que sus periodistas puedan enviar sus informaciones al instante.	Libre acceso
Especiales (tipo reportaje)	Si, este Diario posee muchos reportajes tecnológicos, médicos, políticos	Libre acceso
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si las publicidades son de lo más variadas e ingeniosas	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Los portales verticales si los tienen y están dedicados a la publicidad	
Otros		

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
c) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si con efectos para llamar la atención del usuario y con ello tener más atrapado al cliente y darle mas decoración	Restringido
Fotogalerías	Si a través del mismo se puede acceder a escoger otras fotos que se encuentran en un archivo	Libre acceso
Foto – móvil	No	
Audiogalería	Si tiene pero acompañado del video, pero en sí un audio solo como si fuera radio, no lo tiene	
Audio <i>on demand</i> (descarga)	Se puede determinar que se puede descargar los audio, pero no estoy seguro si hay la alternativa de obtener el audio por separado	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No	
Video móvil en vivo	No	
Gráficos animados / interactivos	Si tiene gráficos animados como son las presentaciones de las noticias de las publicaciones en tres dimensiones	
Mapas interactivos	No	
Infografías animadas	Si las tiene para poder llamar la atención de alguna noticia que se desee dar a conocer por lo general está en la parte superior para mejor visibilidad.	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si entran informaciones de agencias del exterior como es EFE, Telesur.	
Enlaces intra – texto	Si este medio mientras se va desplegando la noticia hay letras de otro color que la manera de identificar que si posee intra-texto	
Enlaces internos (hacia adentro)		
Enlaces externos (hacia	Si se puede saber cuando a	

afuera)	través de la palabra señalada posesionándose se puede acceder al internet	
Diarios	Si se alimenta a través de los diferentes responsables que el diario posee a largo del mundo, lo que determina la estructura ejecutiva que posee.	
Sindicación de noticias de otros medios	SI incorpora alguna información de otros medios en especial en el tema internacional	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES

Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Este diario posee una serie de contactos para mantener enlazados con el medio ya sea por intermedio del correo, Facebook, entre otras	Libre acceso
		Libre acceso
Encuestas	Si, este medio además de poseer encuestas el mismo otorga alternativas para poder votar y lo que es mas, en los diferentes segmentos aparecen más encuestas para dar su punto de vista de determinado acto o descubrimiento	Libre acceso
Comentarios	Si también permite entrar a dar su comentario de determinado tema que el mismo diario expone o en caso de cómo les están llegando la información.	Libre acceso
Votación de notas	Si este Diario si posee esta alternativa de votar por cierta nota o video que permite que se pueda repetir porque mucha gente no pudieron ver	Libre acceso
Entrevistas <i>online</i> (<i>chats con personajes</i>)	Si podemos apreciar que hay esta alternativa para conversar con artistas en especial	Libre Acceso
Consultorio <i>online</i> (<i>especialistas responden</i>)	Si este segmento por lo general se trata de temas de salud o médico o del	Libre acceso

	tema de la leyes	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	-No -Si tiene su publicación directa de sus notas, reportajes, entre tantas publicaciones que este medio tienen. -Si a través de este segmento los usuarios pueden conectarse con el medio como son las encuestas. -No	
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 YouTube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	-Si tiene directorio donde se puede conocer quienes conforman el organigrama del diario. -No -El diario el Nacional si posee una ventana donde hace referencia Twitters. -Si posee fotos como usuario -Videos tiene muchos, pero hay que dar a conocer que lo hace a través de otros medios propios del medio de su página. -No Si en la parte superior se encuentra un link donde se puede acceder a al facebook.	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0

d) 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	-No -Si se puede descargar los videos conjuntamente con su respectivo audio. -Si tiene para bajar las fotos -Si este Diario pose esta posibilidad desde cualquier parte detiene sus corresponsales que les permite informar minuto a minuto de un determinado	

	<p>segmento.</p> <p>-No</p> <p>-Si tiene donde se puede apreciar por ejemplo segmentos tan necesarios como el médico, tecnológico.</p>	
Presencia en Flickr	Si reitero se puede obtener las fotos a través de este formato.	
Vídeo (Canal en YouTube)	Si siempre tiene varios videos diarios	
Wiki	Si es una gran ayuda para las tantas interrogantes que tiene el navegador	
<p>Microblogging</p> <p>Tipo de presencia en <i>twitter</i></p> <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 	<p>-Si este diario tiene presencia en una página en Twitter.</p> <p>-Si en la parte superior se puede apreciar las diferentes formas de presentar las principales noticias con sus efectos.</p> <p>-Siempre este diario se caracteriza por tener su página muy bien estructurada con presencia propia con sus notas.</p> <p>-No la puedo explicar.</p> <p>-Si tiene una página con presencia Twitter.</p> <p>-Se puede decir que la nueva tecnología está al alcance de todos y por ende se puede entender que hay Twitter móvil.</p>	
Contenido de Enlaces Favoritos		
<p>Redes Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros 	<p>En sí producción en facebook no se puede apreciar, pues se determina producción cuando cumplen ciertos parámetro de calidad, sin embargo, hay muchos navegantes con videos en esta página.</p> <p>-Si el contacto con el Hi5 los tiene</p>	

--	--	--

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
g) 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	Si. (Existe en El Nacional: "sección dedicada exclusivamente al cliente, donde podrá encontrar productos informativos (tales como envíos de titulares, alertas y recordatorios por correo electrónico), consultar y cambiar sus datos de suscripción, ponerse en contacto con el centro de atención al cliente, de la misma manera como usuario le permiten votar por determinado video o por segmento médicos que son de ayuda para la sociedad.	Libre acceso
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	La portada de este medio se puede determinar que tiene portada corta: - Portada corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal de la misma manera se puede indicar que hay variedad de videos interesantes como médicos, también hay de lo políticos. -Ventana de "Última hora" no tiene con esa alternativa, sin embargo posee informaciones que se abren de manera inmediata como los relacionados con videos de viajes, de pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados se puede determinar que esta páginas es muy completa y bien distribuida y casi nunca los videos o información se encontraron caídas.	
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc.)	-No. -Si este es una de las alternativas para guardar. -Las versiones cuando uno se posesiona en alguna noticia de forma inmediata te permite imprimir. -Si permite descargar la información a ciertos	

Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	teléfonos de alta definición. -Si tiene y bien segmentada, con esto se determina que le dan mayor realce a lo local y con determinar que las autoridades se preocupen por esas denuncias. -No tiene	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	
Ediciones para discapacitados	No	

PER SONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
h) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si y permite observar lo que cada segmento tiene	
Buscador	Simple	
Hemeroteca	No	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	Si tiene permite dirigirse a cualquier segmento que se desee	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	-No Si lo más votado para que se pueda al final de cada mes se realiza un escalafón de lo más votado en especial en lo que se refiere a los videos, encuestas.	
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	- -Si permite la suscripción para los envíos de los titulares. -No tiene alertas de última hora. -Si los boletines son a diario y permiten mantener información minuto a minuto la actualización. -Si poseen segmentos semanales con temas variados y se puede observar pues permanece su portada en la portada para identificar. - Si permite suscribirse mediante el celular. -Si permite con este sistema enviar noticias, información del tiempo.	

RSS	Si los posee y permite averiguar sobre un tema en particular	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	-Si todos los medios poseen esta para ingresar de manera inmediata a cualquier información. -A través de las votaciones se permite que los videos se puedan volver a observar de acuerdo a la votación.	
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	-Si permite el reenvío	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	Si este diario permite a través de estas sitios web comunicarse al menos se puede dar razón de facebook, twitter	
Noticias pueden ser imprimidas	Si en su mayoría de las noticias se puede imprimir	
Otros		

SERVICIOS		
i) Servicios comerciales		
Publicidad	Si la posee y muy variada con efectos en varias dimensiones	
Tienda virtual	Se puede comprar pasajes para sitios turístico en especial.	
Avisos clasificados	No	
Promociones	Si promociones turísticas	
Otros		
j) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si de las principales ciudades del mundo y en especial de Venezuela	
Transporte público / carreteras	No	
Programación TV	No	
Programación radio	No	
Cartelera espectáculo, agenda	No	
Directorios	Si se puede acceder de las principales autoridades del diario.	

Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si el calendario normal de los meses del año	
k) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si posee juegos	
Concursos		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Archivos musicales en especial	
Horóscopo	Si en la parte final de la página te permite consultar el horóscopo	
Humor	No	
Sorteos	No	
Otros (postales)		
l) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos		
Información para anunciantes	Si en la mayoría de medios tiene esta información pues para que los anunciantes puedan tomar contacto con las autoridades del medio a través del correo electrónico y de teléfonos y poder suscribirse.	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No	

CAPITULO 3

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

3.1 ANALISIS DE RESULTADOS

En los dos medios investigados, el campo al cual le dan más espacio es el de la política, predomina tanto en Ecuador en Vivo como en El Nacional, esto demuestra que las agendas están destinadas a darle prioridad. Así mismo el tema internacional tiene amplia cobertura como en el Caso de Ecuador en vivo, basándose en lo que informan las grandes cadenas como CNN, o en el caso del Nacional tomando en cuenta lo que informa Telesur.

Las opiniones que se dan en Ecuador en Vivo siempre están cargadas, en cierta forma, a la gestión que realizan los Gobiernos, no así El Nacional que tiene otra visión de dar sus opiniones, pues no están tan dedicados a cubrir a lo que realiza el Gobierno.

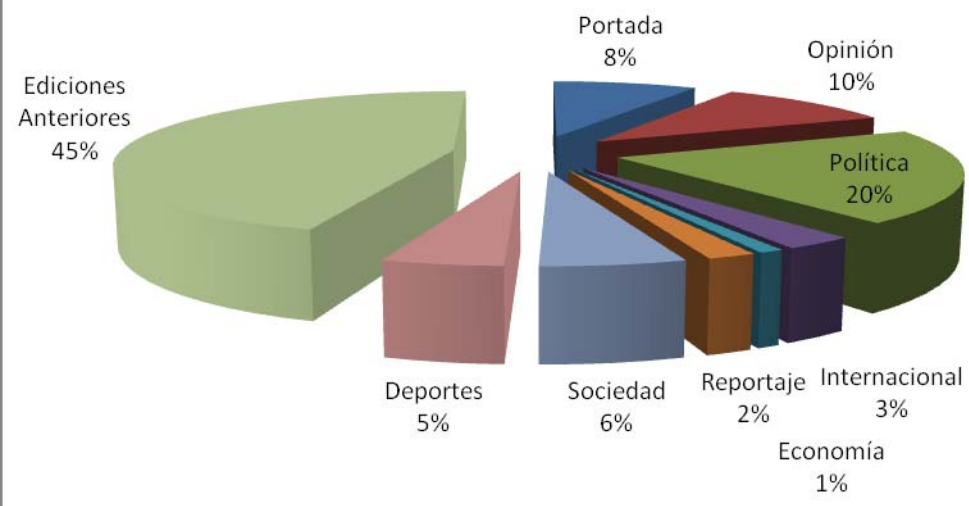
Una debilidad presente en los dos medios investigados, a mi creitrio, es que ambos otorgan poca importancia a los temas de la economía, no realizan reportajes que informen sobre el tema tan amplio, que es el de la economía.

El deporte, en los medios que me ha tocado si tiene cobertura, tanto en Ecuador en Vivo como en El Nacional de Venezuela, sí le dan la importancia que se requiere.

Jueves 13 de agosto del 2009

Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	9	Portada	7
Opinión	11	Medios Bajos Ataque	5
Política	22	Nacional	8
Internacional	3	Economía	2
Economía	1	Internacional	5
Reportaje	2	Deportes	4
Sociedad	6	Regiones	4
Deportes	5	Comunidad	6
Ediciones Anteriores	48	Viajes	8
		Entretenimiento	9
		Ciencia y Bienestar	4
		Tecnología	3
FUENTES		FUENTES	
Directas	11	Directas	12
Instituc. públicas	9	Instituciones. Públicas	3
Instituc. privadas	15	Instituciones. Privadas	7
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	5	Noticia	6
Crónica		Crónica	3
Reportaje		Reportaje	2
Entrevista	15	Entrevista	7
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	4	Fotos Color	10
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones	1	Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	8	Infografía	12
Video	17	Video	12

Ecuador en vivo 13 agosto



El Nacional de Venezuela



Análisis

Considero que Ecuador en Vivo repite las informaciones que determinados medios las difunden como es el caso de Teleamazonas y de hecho, sus principales noticias que cuelgan en la página, tanto en video como información, se obtiene en mi criterio, de lo que ha realizado este canal, por esa razón , siempre estará cargada de información política.

Una de las cosas más interesantes que tiene este medio, es un link con el nombre de las noticias más leídas con tiempo no determinado, como ejemplo puedo mencionar que durante varias semanas, pasó la información del caso del hermano del Presidente Correa sobre los contratos que se le habían adjudicado en el caso de las carreteras.

En el caso de la página de El Nacional, su actualización se realiza a medida que la información llega, además la información la presentan bien distribuida, de cada uno de los videos, de sus links, etc. La experiencia que este medio tiene lo demuestra en la estructura de su página.

Viernes 21 de agosto del 2009



Análisis

Se puede observar que los fines de semana se da poca importancia o no se alimenta la página de Ecuador en Vivo, por lo general repiten las informaciones que se dieron el último día, al parecer su audiencia visita poco el sitio, el fin de semana.

El Nacional tiene mejor estructurada su página con información diferente, abarcando desde lo político, económico, médico, entretenimiento, avances tecnológicos, a ello siempre incluyen videos.

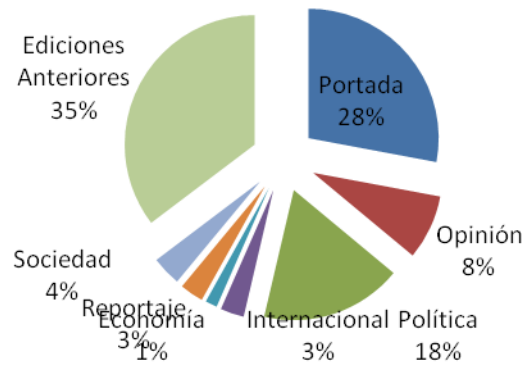
Lo particular de este diario es que en su portada, el usuario puede acceder a toda la información incluida farmacias, cines, entre otras.

Hay que mencionar que este diario le da mucha importancia a la cobertura nacional, realizando reportajes con periodistas repartidos por toda la nación incluido los corresponsales en las principales ciudades del mundo.

Sábado 29 de agosto del 2009

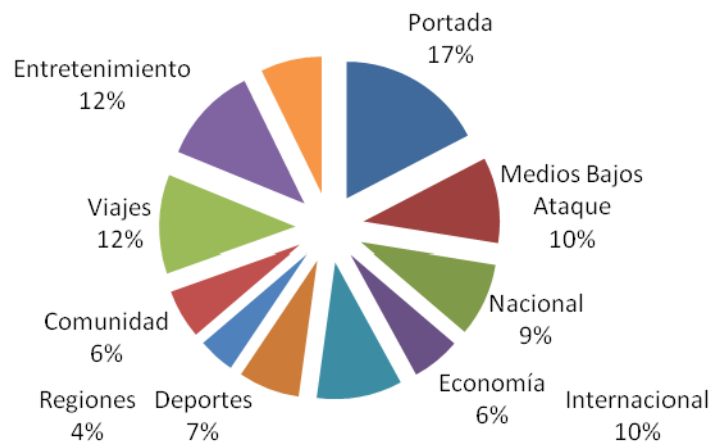
Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	38	Portada	12
Opinión	11	Medios Bajos Ataque	7
Política	24	Nacional	6
Internacional	4	Economía	4
Economía	2	Internacional	7
Reportaje	4	Deportes	5
Sociedad	5	Regiones	3
Deportes		Comunidad	4
Ediciones Anteriores	48	Viajes	8
		Entretenimiento	8
		Ciencia y Bienestar	8
		Tecnología	5
FUENTES		FUENTES	
Directas		Directas	
Instituc. públicas	12	Instituciones. públicas	10
Instituc. privadas	16	Instituciones. privadas	15
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	20	Noticia	5
Crónica	2	Crónica	
Reportaje	4	Reportaje	5
Entrevista		Entrevista	7
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	3	Fotos Color	15
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones		Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	7	Infografía	9
Video	18	Video	5

Ecuador en vivo 29 agosto



Tecnología
7%

Nacional de Venezuela-29 agosto



Análisis

Los fines de semana, la portada de Ecuador en Vivo, recicla la mayoría de las informaciones, realizadas por los medios en el transcurso de la semana, y su actualización la realiza de manera intermitente; por consiguiente los usuarios se ven afectados por no disponer de noticias frescas.

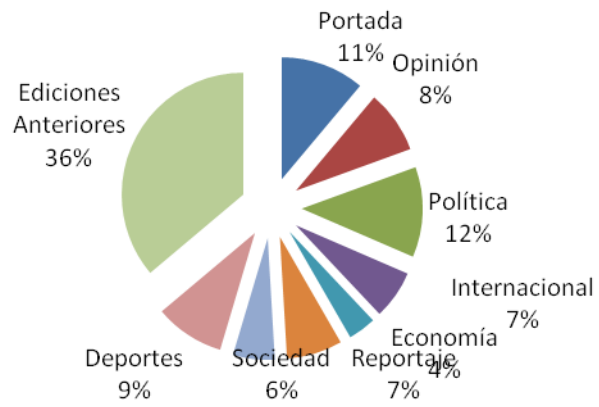
Lo más significativo es que este diario cuenta para sus usuarios, con la presencia de varios videos de las principales noticias donde la presencia de autoridades gubernamentales es poca en este medio, sin embargo, la presencia de opiniones en los videos emitidos es mayoría.

Las entrevistas son su principal actividad, a esta actividad le proporcionan mayor atención, y de hecho, los videos emitidos existen en un porcentaje alto.

Domingo 6 de septiembre del 2009

Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	12	Portada	
Opinión	9	Medios Bajos Ataque	
Política	13	Nacional	
Internacional	7	Economía	
Economía	4	Internacional	
Reportaje	8	Deportes	
Sociedad	6	Regiones	
Deportes	10	Comunidad	
Ediciones Anteriores	39	Viajes	
		Entretención	
		Ciencia y Bienestar	
		Tecnología	
FUENTES		FUENTES	
Directas	6	Directas	
Instituc. públicas	6	Instituciones. públicas	
Instituc. privadas	8	Instituciones. privadas	
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	2	Noticia	
Crónica	6	Crónica	
Reportaje	9	Reportaje	
Entrevista	6	Entrevista	
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	5	Fotos Color	
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones		Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	7	Infografía	
Video	4	Video	
		En este Día estuvo caída la página del Diario El Nacional de Venezuela	

Ecuador en vivo 6 de septiembre



Análisis

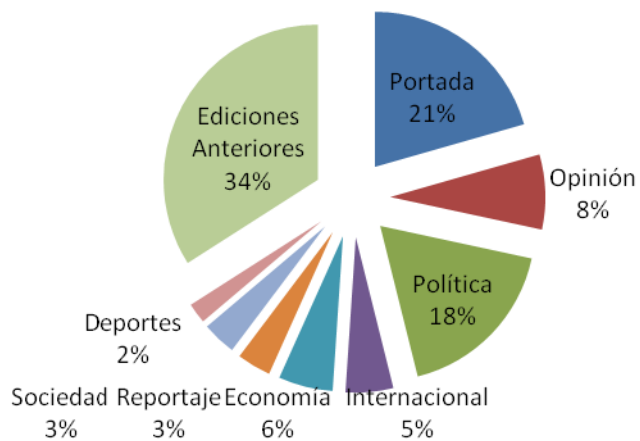
Los días lunes, en Ecuador en Vivo y El Nacional, se incrementa el despliegue de información en todos los campos, la presencia de las entrevistas, reportajes y las opiniones.

Debemos indicar que el caso de Ecuador en Vivo, los usuarios no pueden acceder a las informaciones para dar su punto de vista como lo tiene El Nacional, así mismo, en los diferentes videos, reportajes los usuarios tiene acceso de diferentes maneras, ya sea por correo, o a través del Facebook. Esto determina en ocasiones, que los medios de comunicación tengan que cambiar la información o dejar de difundir dicha noticia por la presión que el usuario realiza como son los reportajes sensacionalistas.

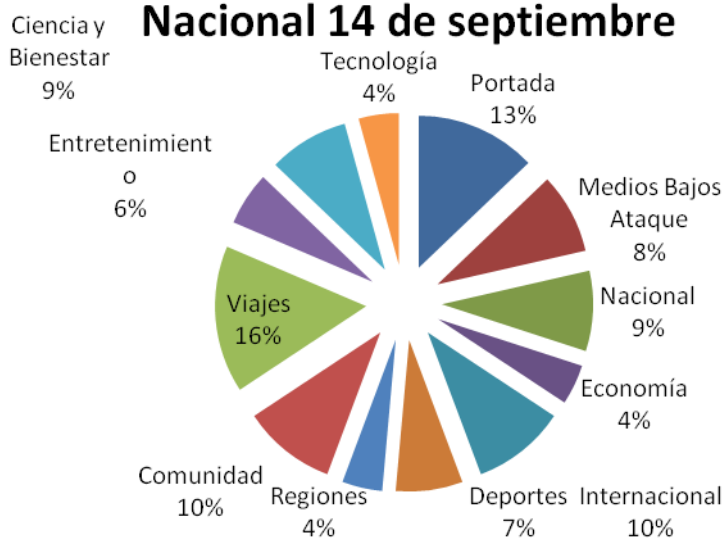
Lunes 14 de septiembre del 2009

Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	29	Portada	9
Opinión	11	Medios Bajos Ataque	6
Política	25	Nacional	6
Internacional	7	Economía	3
Economía	8	Internacional	7
Reportaje	5	Deportes	5
Sociedad	5	Regiones	3
Deportes	3	Comunidad	7
Ediciones Anteriores	48	Viajes	11
		Entretenimiento	4
		Ciencia y Bienestar	6
		Tecnología	3
FUENTES		FUENTES	
Directas	14	Directas	
Instituc. públicas	16	Instituciones. públicas	18
Instituc. privadas	19	Instituciones privadas	17
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	10	Noticia	11
Crónica	1	Crónica	
Reportaje	4	Reportaje	5
Entrevista	16	Entrevista	14
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	5	Fotos Color	9
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones		Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	6	Infografía	16
Video	19	Video	18

Ecuador en vivo 14 de septiembre



Nacional 14 de septiembre



Análisis

Lo interesante de la página de El Nacional, es que frecuentemente están fomentando visitas electrónicas a conocer Venezuela, presentando atractivos paquetes turísticos y con ello fomentar el turismo.

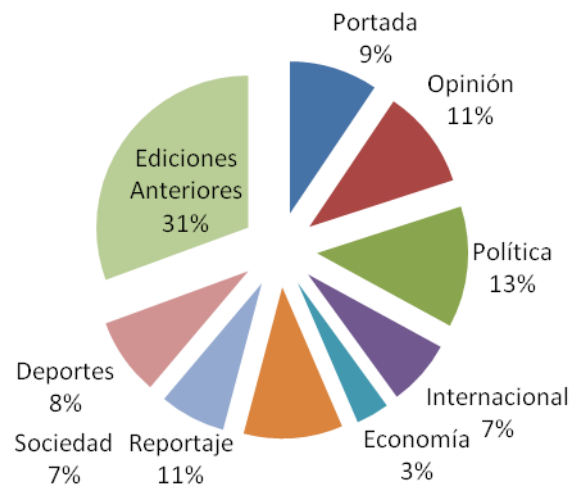
En el caso de Ecuador en Vivo no cuenta con esas iniciativas, de tener un link donde el usuario pueda informarse sobre las ofertas que el Ecuador tiene y con ello fomentar el turismo que tanta falta le hace a nuestro país.

Las fotos tanto a color como blanco y negro no existen en Ecuador en Vivo, mientras tanto, la presencia de las fotos a color se presentan con mucha frecuencia.

Martes 22 de septiembre del 2009

Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	8	Portada	10
Opinión	9	Medios Bajos Ataque	7
Política	11	Nacional	5
Internacional	6	Economía	1
Economía	3	Internacional	5
Reportaje	9	Deportes	
Sociedad	6	Regiones	6
Deportes	7	Comunidad	8
Ediciones Anteriores	26	Viajes	7
		Entretenimiento	4
		Ciencia y Bienestar	2
		Tecnología	3
FUENTES		FUENTES	
Directas	12	Directas	11
Instituc. públicas	17	Instituciones públicas	5
Instituc. privadas	6	Instituciones. privadas	9
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	8	Noticia	5
Crónica	3	Crónica	
Reportaje	4	Reportaje	6
Entrevista	17	Entrevista	8
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	2	Fotos Color	16
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones		Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	6	Infografía	9
Video	21	Video	8

Ecuadorn en vivo 22 de septiembre



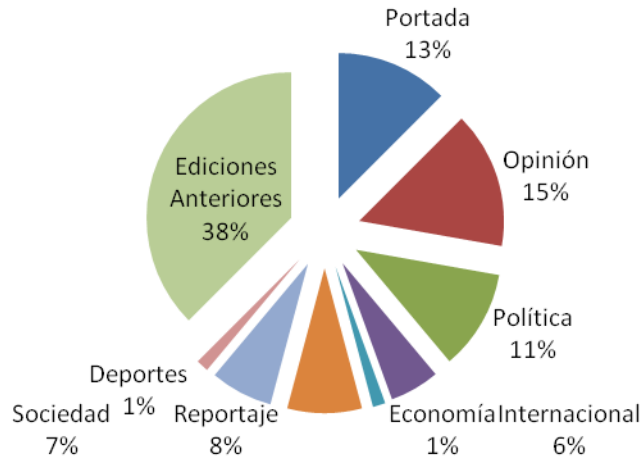
Nacional de Venezuela 22 de septiembre



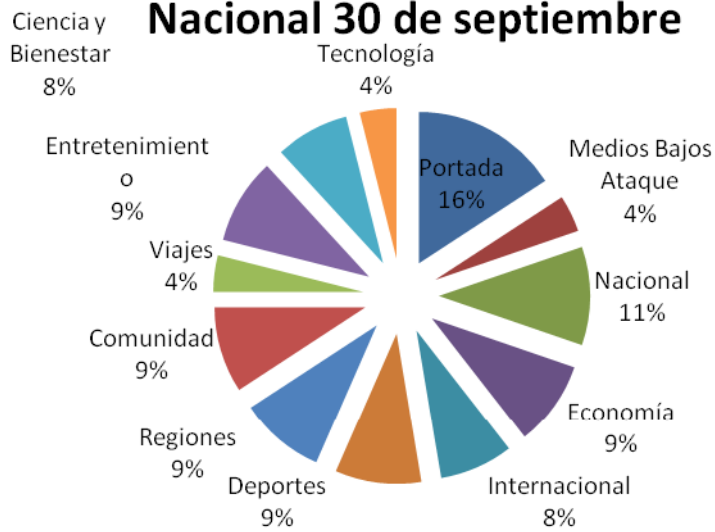
Miércoles 30 de septiembre del 2009

Ecuador En Vivo		El Nacional de Venezuela	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Portada	9	Portada	12
Opinión	11	Medios Bajos Ataque	3
Política	8	Nacional	8
Internacional	4	Economía	7
Economía	1	Internacional	6
Reportaje	6	Deportes	7
Sociedad	5	Regiones	7
Deportes	1	Comunidad	7
Ediciones Anteriores	27	Viajes	7
		Entretención	3
		Ciencia y Bienestar	7
		Tecnología	6
			3
FUENTES		FUENTES	
Directas	12	Directas	
Instituc. públicas	7	Instituciones. públicas	2
Instituc. privadas	16	Instituciones. privadas	9
Documentales		Documentales	
GÉNEROS		GÉNEROS	
Noticia	4	Noticia	4
Crónica	1	Crónica	1
Reportaje	6	Reportaje	8
Entrevista	17	Entrevista	7
IMAGEN		IMAGEN	
Fotos Color	7	Fotos Color	14
Fotos B y N		Fotos B y N	
Ilustraciones		Ilustraciones	
Caricaturas		Caricaturas	
Infografía	6	Infografía	12
Video	14	Video	17

Ecuador en vivo 30 de septiembre



Nacional 30 de septiembre



CAPITULO 4

4.1 CONCLUSIONES

- El Ecuador aún no cuenta con leyes específicas ni normas para regular los medios digitales, ya que la incursión es lenta. Tampoco se cuenta con un código ético que regule la información que se presenta.
- En Ecuador aun no se observa un desarrollo total de los medios informativos en línea y los que existen, necesitan realizar varios ajustes que faciliten el acceso y democratizen la información. En el caso de Ecuador en Vivo realiza la recopilación de mayoría de las noticias de las entrevistas que salen en los principales canales y diarios nacionales para disposición de sus usuarios, lo que me parece interesante, además tiene en su extremo derecho un link donde uno puede leer todas las noticias más leídas durante toda la semana.
- Los periodistas no están aptos para funcionar en medios digitales, ya que es una materia nueva.
- El periodista debe plantearse nuevos retos para enfrentar el apareamiento de la nueva tecnología.
- Los medios digitales en el Ecuador no están al alcance de la mayoría de la población, por los altos costos que representa para una familia de ingresos medios, el acceso permanente al internet, en el caso de nuestro país el promedio por familia en poseer una computadora siguen siendo limitados.
- La mayoría de periodistas no dimensionan la verdadera ayuda que proporcionan las herramientas web.
- El servicio de internet está siendo desviado con otros fines como el de interrelacionarse a través de este medio con otras personas.
- No hay una evaluación general de cuanto preparan las universidades a sus estudiantes para manejar con acierto las herramientas web en el campo de la comunicación.

- No hay regulaciones legales para los espacios digitales y virtuales que emiten información y las normas apuntan solo a los delitos por propiedad intelectual, los principios de inmunidad de la intimidad de una persona y delitos sexuales.

4.2 RECOMENDACIONES.

- Es necesario que el Gobierno proponga, debata y acuerde un esquema legal para el funcionamiento de medios informativos en línea.
- Pienso que estos diarios deben ser más serios con el tratamiento de sus noticias, con la actualización de su página y sobre todo ser generador de sus propias noticias con sus propios reporteros o periodistas y con ello tener opinión desde las mismas fuentes.
- Las reformas que se están realizando en la Asamblea Nacional sobre las leyes para la educación deben insertar algún inciso que diga que las autoridades de los diferentes centros educativos, periódicos, radio o estaciones televisivas deben dar todo el apoyo a los estudiantes que están realizando sus últimos trabajos para poder obtener el título.
- La apertura para los medios que me asignaron no ha sido la más idónea se me ha dificultado el acercamiento a las principales autoridades de los medios tanto como Ecuador en Vivo como el Nacional de Venezuela. Las cartas que se envió por parte de la universidad no han servido de mucho para nuestros fines, se debe realizar alguna gestión por parte del Universidad para que los estudiantes podamos realizar el trabajo de manera directa y más completa.
- Debemos estudiar con mayor detenimiento las opciones que nos brinda la Web 2.0, por lo tanto, periodistas como los medios de comunicación deben brindar los talleres con mayor frecuencia al periodismo para el mejor desempeño para la sociedad.
- El periodista debe plantearse nuevos retos para enfrentar el apareamiento de la nueva tecnología.

- Debemos estudiar con mayor detenimiento las opciones que nos brinda la Web 2.0, por lo tanto, periodistas como los medios de comunicación deben brindar los talleres con mayor frecuencia al periodismo para el mejor desempeño para la sociedad.

4.3 BIBLIOGRAFÍA

1. Albornoz, Luis, *"Periodismo Digital"*, 1998, Editorial El Conejo, Colombia.
2. Diez Lozada, Fernando, *"Lenguaje y Periodismo"*, Editorial Trillas, 1996, México
3. <http://www.javieryranzo.com/blog/2009/02/22>.
4. <http://www.coberturadigital.com> 2008.
5. Diseño y periodismo electrónico de José Ignacio Armentia, Jon Elexgaray, Juan Carlos Pérez
6. [http://www.monografias.com/trabajos14/medios de comunicación.shtml](http://www.monografias.com/trabajos14/medios-de-comunicacion.shtml).
7. <http://monografias.com/trabajos121fundteo/fundteo.shtml>
8. <http://www.javieryranzo.com/blog/2009/02/22>.
9. Texto jornadas reinventar los Medios dentro foro Encuentros con el país en el foro complutense/ 13 dic. Del 2007 UCM-13 diciembre facultad de ciencias de la educación
10. <http://www.medios.us/transporte/social/medios-decomunicacion-y-los-tecnologicos>.
11. Salaverria, R. (2007). La investigación sobre ciberperiodismo en España: tendencias, resultados y perspectivas.
12. Albornoz, Luis (2007). Periodismo digital, los Grandes Diarios en la red. La Crujía ediciones. Argentina
13. DÍAZ, J. y Meso, K. (1999). Periodismo en Internet: Modelos de la Prensa Digital. Universidad del País Vasco.
14. Guillermo Franco. Como escribir en la Web.
15. Consultor de medios *Christian Espinosa*.

Anexos

Adjunto DVD/Grabaciones de Ecuador En Vivo y Nacional de Venezuela.

CD con toda la información sobre herramientas Web 2.0