



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Levantar y analizar los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: González Ramón, Silvio Bosco

DIRECTORA: Gonzales Córdova, Mayra Paola Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO ZARUMA

2017



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

Septiembre, 2017

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgtr.

Mayra Paola Gonzales Córdova

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación “Levantar y analizar los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia” realizado por Silvio Bosco González Ramón, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, noviembre de 2017

f)

Mgtr. Mayra Paola Gonzales Córdova

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Silvio Bosco González Ramón, declaro ser autor del presente trabajo de titulación “Levantar y analizar los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia”, de la Titulación de Comunicación Social, siendo la Mgrt. Mayra Paola Gonzales Córdova Directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos y acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

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

f.

Silvio Bosco González Ramón

C.I. 0704286772

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado aquellas personas quienes estuvieron a mi lado en todo momento, comprendiéndome y apoyándome para alcanzar una meta difícil pero no imposible, con todo cariño para mi familia por ser mi razón de seguir adelante, para ellos va dedicado este trabajo.

Silvio Bosco González Ramón

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi carrera profesional expreso mi gratitud a Dios por darme la vida, salud y la sabiduría necesaria para alcanzar la meta propuesta.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, por la oportunidad que me ha brindarme de profesionalizarme.

A la Mgs Mayra Paola Gonzales Córdova, Directora del Trabajo de Titulación, por sus sabias orientaciones y la excelente conducción de la investigación.

A mi familia, por el apoyo constante y la motivación diaria para lograr mi objetivo.

Silvio Bosco González Ramón

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
MARCO TEÓRICO	
1. Historia de la tecnología digital	
1.1 Breve historia de Internet	6
1.2 El WWW y el Centre Europeen de Recherche Nucleaire (CERN).....	8
2 Internet en los países de América Latina.....	9
2.1 Contexto digital ecuatoriano.....	10
2.1.1 Internet.	10
2.2 Contexto digital colombiano	11
2.2.1 Internet	11
3 Los Cibermedios	12
3.1 Evolución de los cibermedios	12
3.2 Características	14
3.3 Los cibermedios en Ecuador	15
3.3.1 Estado de los cibermedios digitales en Ecuador.	19
3.3.2 Contenido de los cibermedios digitales en Ecuador.....	20
3.4 Los cibermedios en Colombia	20
3.4.1 Estado de los medios digitales en Colombia.	22
3.4.2 Contenido de los medios digitales en Colombia.....	23
4 Nativos y migrantes digitales	
4.1 Nativos digitales	25
4.2 Migrantes digitales.....	26
CAPÍTULO 2	
METODOLOGÍA	
2.1. Tipo de investigación.....	29

2.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	29
2.3 Población y muestra.....	30
2.4. Técnicas e instrumentos de investigación	35
CAPÍTULO 3	
RESULTADOS	
3.1 Análisis de los resultados.....	40
3.2 Discusión de los resultados	51
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución de Internet	6
Tabla 2: Internet en los países de América Latina y El Caribe	9
Tabla 3. Características de los cibermedios	14
Tabla 4: Cibermedios nativos digitales en Ecuador	16
Tabla 5: Información del cibermedio	35
Tabla 6: Tipo de contenido del cibermedio	36
Tabla 7: Características de la portada del cibermedio	36
Tabla 8: Recursos que emplean los cibermedios	36
Tabla 9: Forma de contacto entre cibermedio – usuario	37
Tabla 10: Suscriptores de los cibermedios	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Información de los cibermedios – Ecuador	40
Figura 2: Información de los cibermedios – Colombia	41
Figura 3: Programación de los cibermedios – Ecuador	42
Figura 4: Programación de los cibermedios – Colombia	43
Figura 5: Contenido promedio de los recursos en la portada de los cibermedios – Ecuador	44
Figura 6: Contenido promedio de los recursos en la portada de los cibermedios – Colombia	45
Figura 7: Recursos que emplean los cibermedios – Ecuador	46
Figura 8: Recursos que emplean los cibermedios – Ecuador - Colombia	47
Figura 9: Contacto cibermedio – usuario – Ecuador	48
Figura 10: Contacto mediante redes sociales cibermedio – usuario - Ecuador – Colombia	49
Figura 11: Suscriptores de los cibermedios – Ecuador	50

RESUMEN

Los cibermedios nativos digitales constituyen un nuevo medio que está presente en la vida cotidiana de la ciudadanía. La comunicación, el entretenimiento y el acceso a la información son aspectos esenciales de estos recursos digitales que se han convertido de una forma de ocio. El tema “Levantar y analizar los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia”; tiene como objetivos realizar un mapeo que permita identificar cuáles y cuántos de estos recursos existen en Ecuador y Colombia; determinar las líneas generales de acción que los cibermedios ecuatorianos pueden adoptar para mejorar su calidad; estudiar la evolución y estructura de estos medios digitales de Ecuador y compararlos con los colombianos. La investigación es de tipo descriptiva. Se emplearon los métodos analítico, sintético, inductivo, deductivo, descriptivo; se utilizó la técnica de investigación bibliográfica y de campo, para el análisis se tomó como muestra 15 de Ecuador y 15 de Colombia. Se concluye que la mayoría de los cibermedios nativos de Colombia son más desarrollados en relación con los ecuatorianos, a pesar de que los cibermedios de Ecuador tienen más años de creación.

PALABRAS CLAVES: CIBERMEDIO, COMUNICACIÓN; NATIVOS; DIGITALES;

ABSTRACT

Digital native cybermedia is a new medium that is present in the daily lives of citizens. Communication, entertainment and access to information are essential aspects of these digital resources that have become a form of leisure. The theme "Raise and analyze the digital native cybermedia of Ecuador and Colombia"; has as objectives to carry out a mapping to identify which and how many of these resources exist in Ecuador and Colombia; determine the general lines of action that Ecuadorian cybermedia can adopt to improve its quality; study the evolution and structure of these digital media in Ecuador and compare them with the Colombians. The research is descriptive. Analytical, synthetic, inductive, deductive, descriptive methods were employed; we used the technique of bibliographical and field research, for the analysis was taken as sample 15 of Ecuador and 15 of Colombia. It is concluded that most of the native cybermedia in Colombia are more developed in relation to Ecuadorians, despite the fact that cybermedia in Ecuador has more years of creation.

KEYWORDS: CIBERMEDIO, COMUNICACIÓN; NATIVE PEOPLE; DIGITAL;

INTRODUCCIÓN

La comunicación está viviendo una verdadera revolución en el proceso de innovación tecnológica, haciendo que las estructuras informativas tradicionales se conviertan en un nuevo modelo de comunicación social, que circula bajo el sistema World Wide Web. Los medios de comunicación, al igual que otros ámbitos de la sociedad, han experimentado cambios como producto de la globalización y el avance de la ciencia. Quizá algunos no estaban preparados para enfrentar estos retos, sin embargo, han tenido que convertirse en emigrantes digitales para poder subsistir. Quien no camina de acuerdo al adelanto de la tecnología, está sentenciado a desaparecer en este mundo competitivo.

Un efecto de Internet es que “ha hecho a los lectores cada vez más desconfiados” (Coronel, 2015, p. 25); esto se debe a que actualmente se cuenta con varias posibilidades de acceso directo a los más diversos flujos de información, entonces el público se vuelve exigente e intolerante ante la sospecha de parcialidad o la escases de noticias de última hora.

Los cibermedios requieren de un manejo responsable y la tecnología necesaria para informar con veracidad y transparencia. Cuando estos recursos son empleados de manera adecuada se convierten en una buena herramienta que sirve para informar y enseñar, ya que dichos medios cibernéticos permiten conocer a cada momento lo que ocurre en el mundo entero.

En la investigación se desarrolló el tema: “Levantar y analizar los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia”, mismo que tiene como objetivos realizar un mapeo que permita identificar cuáles y cuántos de estos recursos existen en Ecuador y Colombia; determinar las líneas generales de acción que los cibermedios ecuatorianos pueden adoptar para mejorar su calidad; estudiar la evolución y estructura de estos medios digitales de Ecuador y compararlos con los colombianos.

Resultó difícil conseguir la entrevista con los responsables de los cibermedios, pues argumentaban diferentes razones para no acceder al diálogo; sin embargo, se realizó el contacto con diferentes cibermedios hasta lograr que un funcionario de tres cibermedios de Ecuador y tres de Colombia respondiera el guion de preguntas que se prepararon previamente; el objetivo era corroborar o contrastar la información obtenida a través de la observación que se efectuó a la portada de cada uno de estos medios.

Tomando en cuenta la importancia que tienen actualmente los medios digitales, se consideró pertinente realizar la investigación y ampliar los conocimientos a la población y también a los

medios de comunicación que aún no se han hecho eco de la tecnología y piensan seguir con su sistema tradicional. Es necesario ampliar la información levantada por Rivera y Chávez (2012) a través del mapa de los medios digitales de Ecuador; pues han pasado ya algunos años desde aquel estudio y a los actuales momentos los datos deben ser diferentes.

El informe del Trabajo de Fin de Titulación, está compuesto de tres capítulos, mismos que se resumen a continuación:

En el Capítulo 1 consta el Marco Teórico. Para cumplir con este apartado se realizó un análisis importante información bibliográfica relacionada con la temática de investigación. Todo esto se cumplió mediante la revisión de la literatura necesaria, de donde se recopiló información que sirvió para estructurar este importante capítulo. En el capítulo fue necesario emplear una investigación bibliográfica.

En el capítulo 2 se establece la Metodología utilizada, se determina el tipo de investigación, los participantes, métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

En el Capítulo 3 se presentan los Resultados de la investigación. Se realiza un análisis y discusión de los resultados obtenidos mediante la observación y la entrevista. Al final se hace constar las conclusiones a las cuales se ha llegado al término de la investigación y en base a ellas se establecieron las recomendaciones respectivas. Igualmente se detalla la bibliografía consultada.

CAPÍTULO 1
MARCO TEÓRICO

1. Historia de la tecnología digital

1.1 Breve historia de Internet

Internet ha ido evolucionando constantemente y se ha convertido en una verdadera revolución de la comunicación e informática. Leiner y otros (2017) señalan que para llegar a contar actualmente con Internet, fue importante los inventos antecesores como el telégrafo, luego el sistema telefónico, la radiodifusión y la computadora.

En el año de 1962, Licklider, un informático estadounidense, considerado una de las figuras más importantes en ciencia computacional y de historia de la informática, escribió una serie de memorandos, mismas que son consideradas como una forma de interactuar haciendo uso de varios computadores que estaban conectadas entre ellas, lo que facilita que cualquiera que tenga acceso pueda ponerse en contacto mediante programas e información; en sí esto fue muy parecido a lo que actualmente se conoce como Internet (Leiner y otros, 2017).

Analizando más información sobre la historia de Internet, Falla (2006) manifiesta que fue Kahn quien en el año de 1973 comenzó a trabajar en software en Bolt, Beranek y Newman (BBN) y escribió sus ideas en un documento que hizo circular dentro de la empresa, pero para ello requirió el apoyo de Vint Cerf (matemático y científico de la computación, considerado uno de los 'padres' del internet) para que le ayude con el detalle del protocolo; su principal motivación era compartir recursos.

Es importante la explicación que brinda Rubio (2010) sobre la evolución de Internet:

Tabla 1: Evolución de Internet

AÑO	DESARROLLO
1967	EE.UU consigue conectar por vía telefónica dos ordenadores ubicados a miles de kilómetros.
1969	Internet surge con la aparición de ARPANET, un proyecto militar diseñado para que las comunicaciones de los sistemas de defensa no se interrumpiesen, ni tan siquiera en el supuesto de un ataque nuclear.
1971	Se envía el primer mensaje electrónico
1972	Cerca de 50 universidades se encuentran conectadas a ARPANET
1974	Vinton Cerf junto con Bob Kahn publican "Protocolo para Intercomunicación de Redes de Paquetes", donde se especifica el diseño del nuevo protocolo TCP/IP.

1979	ARPANET crea la primera Comisión de Control de la configuración de la Red.
1981	Culmina el proceso de desarrollo y definición del Protocolo TCP/IP. En 1982 se adopta definitivamente como estándar.
1983	Como consecuencia, nace Internet con la interconexión de las redes ARPANET, MILnet y Csnet.
1985	Finaliza el desarrollo del protocolo para la transmisión de ficheros en internet. Por esta época, también se crea el sistema de denominación de dominios.
1989	El Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) desarrolla el concepto de Word Wide Web (WWW) y el sistema de información hipertextual.
1993	La Universidad de Illinois distribuye gratuitamente Mosaic, el primer navegador que permite navegar por internet, desarrollado por Marc Andersen. Comienza a funcionar el primer servidor Web en español.
1995	Se produce el gran boom de la Internet comercial
1998	Se inventa Internet
2000	Más de 300 millones de usuarios se conectan a Internet

Fuente: Rubio (2010)

Elaboración: Silvio González Ramón

Es decir, Internet no es una herramienta creada recientemente, según la historia, tiene varios años desde las primeras muestras de envío y recepción de mensajes. Como se observa en la tabla, son diversos los años en los que se han ido dando avances, hasta convertirse en la herramienta que conecta al mundo entero, lo que lo convierte en un servicio atractivo para la gente.

Pero Arranz (2007) hace un análisis más general de Internet, a quien considera que “no sólo ha evolucionado en su manera estructural, como lo fueron los navegadores, sino que también en la forma en que se navega en ella” (p. 2). Inicialmente la Web 1.0 solo permitía recibir información, más no interactuar en ella, pero Internet se convirtió en un verdadero boom cuando aparece la Web 2.0 con blogs, foros, comentarios y más tarde las redes sociales. Por ende, ahora los usuarios pueden obtener y compartir información.

Con los cambios positivos dados por Internet, se espera que igualmente en los próximos años se logre una web que se adapte más exclusivamente a las necesidades de cada usuario, y

siga siendo la Red dominante. Estos son los avances que ha permitido un mundo globalizado, y que las nuevas generaciones se acomoden a los diversos cambios.

1.2 La WWW y el Centre Europeen de Recherche Nucleaire (CERN)

En 1989 en el Centre Europeen de Recherche Nucleaire (CERN) en Ginebra, crearon un sistema que les permita a los científicos de física nuclear que se encontraban en diversas partes del mundo, estar en contacto; para ello recurrieron a probar diversas formas de conectarse a Internet. Después de un sinnúmero de pruebas con varios protocolos de conexión, en 1990, Tim Berners-Lee, sugiere el empleo del hipertexto para la comunicación entre los científicos.

En el año de 1991 Berners desarrolló tres tecnologías fundamentales para que su proyecto dé mejores resultados, dichas tecnologías son: direcciones URL, lenguaje HTML, y el hipertextos HTTP. Esta era la forma más fácil para la gestión de la información del CERN. El 23 de agosto del mismo año, varias personas particulares a la CERN tuvieron la oportunidad de ingresar a la Red, por invitación de los propietarios (Velasco, 2014).

La tecnología del hipertexto sigue siendo un aspecto fundamental. Vizcaíno (2007) lo define como “un enfoque en el cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial” (p. 173). Se considera entonces que esta manera de relacionar elementos ha permitido al periodismo la interactividad y temporalidad del contenido de sus páginas.

Se considera que al inicio las conexiones eran muy lentas en relación con la actualidad; navegar resultaba sencillo porque en un índice se encontraban todos los enlaces; se tenía que pulsar sobre los hipervínculos para acceder; tampoco había publicidad en la web; es decir, todo era simple, plano y muy rápido. A fines del año 1993 existían 623 páginas web que habían sido creadas en todo el mundo, entre ellas: Bloomberg.com, el Instituto Nacional Holandés para la física subatómica, Wired.com, The Internet Movie Database. Algunas de estas versiones ya no existen, pero en las imágenes que quedan se puede comprobar la sencillez de las páginas (Historia tecnológica, s.f.)

Igualmente, en 1993 nace el primer motor de búsqueda, llamado Aliweb, con el fin de indexar la WWW, y en los años subsiguientes aparecen WebCrawler y otros proyectos más, entre ellos también Yahoo. Gracias a estos buscadores se hizo posible encontrar páginas sin ser

necesario conocer la dirección exacta. En 1997, estudiantes de la Universidad de Standford crean Google, convirtiéndose en la actualidad en el principal buscador (Portal TIC, s.f.)

En conclusión, el mundo entero se benefició gracias a Tim Berners-Lee, quien creó la WWW motivado porque CERN cuenta con un recurso adecuado para intercambiar de manera rápida, información que era requerida dentro de la comunidad científica.

2. Internet en los países de América Latina

En los países de América Latina han ido incrementando el número de usuarios en los últimos años. Según un informe del CEPAL (Rojas, Poveda y Grimblatt, 2016) los internautas incrementó un 10.6% por año entre 2000 y 2015. Así mismo, en el informe se menciona que en los últimos cinco años, creció un 14.1% la cantidad de usuarios que se conectan, como es el caso de los hogares de Bolivia, Nicaragua, El Salvador y Guatemala.

Por su parte, Nulivalue (2001) considera que no existe una la fecha exacta que indique cuando fue que los países de América Latina tuvieron acceso a Internet por primera vez, puesto que en algunos casos, las primeras conexiones fueron un experimento académico; pero es importante mostrar un breve resumen sobre el uso de Internet en los hogares de los países de la región:

Tabla 2: Internet en los países de América Latina y El Caribe

PAÍS	CONEXIÓN INICIAL
Argentina	Octubre/1990
Brasil	Junio/1990
Chile	Abril/1990
Colombia	Enero/1994
Costa Rica	Enero/1993
Ecuador	Julio/1992
México	Febrero/1989
Perú	Noviembre/1993
Venezuela	Febrero/1992

Fuente: Soriano (2009)

Elaboración: Silvio González Ramón

Inicialmente el país mejor organizado para el acceso a Internet, fue Brasil, puesto que a partir de la década de los 90 se gestionaba el uso a través de un Comité Gestor; esta estrategia

permitió que este país sudamericano participe en: Internet2 operativamente, Ipv6 y conexión al 6bone, participación en IETF, ICANN, DNSO y sus constituyentes (Robles, 2000).

Alrededor de 300 millones de personas de los países de América Latina acceden a Internet haciendo uso de un teléfono celular. La población de Chile, Argentina y Uruguay son quienes encabezan el listado con mayor acceso a Internet, por su parte Honduras, Nicaragua y Guatemala, son quienes menos acceso tienen (30%). “Se considera también, que la mayoría de los internautas de Latinoamérica son jóvenes con un promedio de edad de 28 años y están motivados por las redes sociales” (Andes, 2015, párr. 3).

En los actuales momentos, el acceso a Internet es generalizado, aunque se considera que ningún país tiene por lo menos el 5% de sus conexiones con velocidades que superen los 15Mbps, mientras que los países desarrollados dicho porcentaje son del 50%. Entonces se demuestra que aunque se tenga Internet, sin embargo, las conexiones no son tan buenas como en los demás países.

2.1 Contexto digital ecuatoriano

2.1.1 Internet

En Ecuador, según un estudio efectuado por el INEC (2015), los habitantes tienen acceso a Internet mediante los teléfonos móviles, quienes en la mayoría de los casos lo emplean para ver temas referentes a actividades académicas, relacionados con negocios, etc. Es decir, que las redes sociales se han convertido en una forma de comunicación continua.

Pero a más de esto, se puede agregar que en el caso de las universidades emplean Internet para las plataformas virtuales, lo que se ha convertido en “los salones de clase”, mediante las cuales, los estudiantes tienen contacto con sus docentes y viceversa. Dichos avances se han dado mayoritariamente en los últimos años, pues el INEC (2016), señala que “en el año 2006 sólo el 2.5% de los ecuatorianos tenían acceso a Internet, mientras que en la actualidad el 26.1% usa esta herramienta” (p. 2).

Además, el director de Servicios Informáticos de la Escuela de Negocios (ESPAE, 2016) señala que el incremento en el uso de Internet se debe a que los teléfonos celulares en los actuales momentos cuentan con el servicio de datos, pues las operadoras ya no solo se dedican a ofertar el servicio de voz sino que ahora el negocio son los datos y redes sociales como Facebook y Whatsapp.

Son varios entonces los motivos por los cuales los usuarios utilizan Internet, porque se ha convertido en una herramienta que facilita la vida para los ciudadanos, por ejemplo ya no se tiene que recurrir a los bancos hacer grandes filas para realizar alguna transacción, porque muchas de ellos se lo puede ejecutar vía Internet. Esto también hace que el analfabetismo digital en Ecuador se ha reducido, según lo informa el Ministerio de Telecomunicaciones (*El Universo*, 2015). En el 2009 había un 33.6% de analfabetismo digital, pero en el 2014 se redujo al 14.3%.

Según un reportaje de Diario *El Comercio* (2014) los ecuatorianos son quienes menos contenidos suben a la web, en relación con los habitantes del resto de países de América Latina que han alcanzado hasta 5.000 millones de imágenes en el año 2013, y esto quizá se deba al costo de la conexión y/o a la capacidad de la tecnología. Según el INEC (2016), la mayor cantidad de internautas son hombres, que emplean este recurso con fines educativos, informativos, comerciales, laborales, etc. La mayoría de usuarios son jóvenes entre 16 y 24 años.

Bajo este contexto, se considera que en Ecuador, cada vez va creciendo aún más el número de internautas, y lo mejor aún es que, cuando a esta herramienta se la emplea de buena manera, es muy útil en la vida y las personas en todos los ámbitos de la sociedad. El estar en contacto con la tecnología permite también a los habitantes ir ampliando sus conocimientos, adaptarse a los cambios que exigen la globalización e ir saliendo del subdesarrollo.

2.2 Contexto digital colombiano

2.2.1 Internet

En Colombia al igual que el resto de países de Latinoamérica, el contexto digital ha cambiado de manera sustancial; pues se tiene que partir desde el nuevo formato para los objetos (libros, música, obras de arte) hasta las posibilidades de experiencia e interacción con los públicos (Contexto digital, s.f.).

Así mismo, Carmona (2016) manifiesta que “en Colombia Internet ha invadido los diferentes ámbitos, a tal punto, que las conferencias y encuentros entre expertos nacionales e internacionales se lo realiza haciendo uso del contexto digital” (p. 41). La metodología incluye conferencias, debates y mesas redondas abiertas al público general, así como encuentros especiales entre los expertos y las instituciones y agentes culturales locales, que propicien

espacios de diálogo y generen sinergias e iniciativas de colaboración. Se puede aseverar entonces, que Internet está generando un alto impacto en la sociedad colombiana.

En el año 2015, la empresa Acenture (MINTIC, s.f.) llevó a cabo un estudio sobre la innovación digital en Colombia, en donde las empresas le asignaron un nivel de importancia de 4.2 sobre 5 a Internet como recurso para generar crecimiento y eficiencia.

Esto demuestra el gran potencial que las empresas le dan a Internet para impulsar el crecimiento de los negocios. Sin duda, que los empresarios deben conocer y entender las tendencias tecnológicas más importantes y capacitar a sus empleados y trabajadores, con el fin de que adquieran nuevas competencias y habilidades en el uso de las TIC, lo que incide directamente con resultados positivos para el negocio.

En un artículo presentado en Diario *El Tiempo* (2016) se considera que en Colombia 14 millones de habitantes diariamente hacen uso de Internet; aproximadamente nueve millones ingresan un vez al mes; lo cual indica que mensualmente existen 23 millones de usuarios; pero así mismo, el Observatorio Económico del BBVA en Colombia, en un estudio realizado, señala que 19,4 millones de ciudadanos no hacen uso de este recurso.

Al igual que en Ecuador, los ciudadanos colombianos acceden a Internet para estar conectados a redes sociales, seguido por quienes ingresan para obtener información, ingresar al correo electrónico y mensajería y en cuarta ubicación se encuentran los contenidos educativos. “Existe un porcentaje minoritario que utiliza este recurso para ver medios de comunicación y también la banca electrónica” (Bohorquez, 2015, p. 104).

En conclusión, en Colombia, se considera a Internet como una herramienta útil para mejorar la productividad de los empresarios, y para los usuarios lo emplean como pasatiempo en redes sociales. El elevado porcentaje de internautas colombianos quizá se debe a las facilidades y calidad del servicio que brinden los responsables de este organismo. En general, el Internet ha permitido un cambio en el hábitat de los seres humanos, pues ha logrado transformar la vida de la población.

3. Los Cibermedios

3.1 Evolución de los cibermedios

Los medios de comunicación han ido evolucionando conforme avanza la tecnología. Estos

recursos permiten a la sociedad en general estar informada y comunicar mensajes a través de diversas formas: audiovisual, textual, sonoro. Los medios como la televisión o diarios permiten informar de manera masiva. Pero en general, todos los individuos en algún momento del día tienen acceso a información que les permite conocer los acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global.

Al referirse a los cibermedios es importante tomar en cuenta lo que expone Rivera (2013), quien considera que “los servicios digitales iniciaron en 1994, cuando se voltearon los ojos a la red de redes” (p. 113). Fue *The Washington* que en 1995 se inició como un medio en Internet. Por su parte en Ecuador, a finales de 1994, diario *Hoy* pone en marcha una línea convirtiéndose en el primer diario online.

Según Rivera y Chávez (2012) en los primeros años, se ha visto un desarrollo impresionante de los cibermedios, por ejemplo en España en el 2005 se realizó un censo donde se determinó que existen 1.274 cibermedios (60%) de información general y 513 (40%) de información especializada. Hasta el año 2009 un 79% de los diarios del mundo poseían ediciones electrónicas; con lo que se demuestra una gran masificación.

En un informe de “State of media” (2011) como se citó en Rivera (2013) en el año 2011 “el total de publicidad en línea superó el de los periódicos impresos” (p. 61). Entonces se puede aseverar, que con el creciente uso y acceso a la tecnología, estos espacios digitales se han convertido en una alternativa para informar a miles de usuarios. Se cree que los cibermedios se encuentran en un estado de desarrollo permanente y con mayor apego por parte de los usuarios.

Gracias a la tecnología, los medios digitales informan a la ciudadanía, los datos llegan de manera inmediata, es decir que no tienen que esperar imprimir (en el caso de periódicos), sino que simplemente se publica en la red y el público se informa de lo que sucede en los diferentes ámbitos. La información que se transmite puede ser en formato de audio, texto, video, fotografía.

Coronel (2015) señala que “el crecimiento de los medios digitales en Ecuador está dado por el acceso a las tecnologías, los bajos costos de conexión a la red de redes y de ciudadanos que necesitan estar informados” (p. 64). Precisamente la información no solo llega dentro del país, sino que se expande a nivel del mundo. Se cree que Ecuador es uno de los países latinoamericanos que muestra un notable crecimiento de conectividad con respecto a otros de la región. Los medios emplean Internet con preferencia para la transmisión de noticias.

Es evidente entonces, que la digitalización y el uso de nuevas tecnologías a nivel mundial ha tomado un rápido auge en los últimos tiempos, la necesidad de estar informados de manera noticiosa es una de las prioridades de la sociedad actual, por lo tanto medios de comunicación y diarios impresos en específico, han creado versiones digitales en formatos páginas web, que le permiten a sus usuarios tener acceso a la información de modo local, nacional e internacional. La necesidad de información noticiosa ha crecido a tal punto donde es poco común encontrar un diario en prensa escrita que no tenga una versión digital.

3.2 Características

Ya se habló sobre los cibermedios, a quien se considera una nueva forma de mantener informada a la población, gracias a obtención inmediata y gratuita de la información; pero esta característica de la inmediatez ha llevado a los medios tradicionales a perder usuarios e ingresos, porque las nuevas formas de comunicación están ganando espacio cada vez mayor.

Según Verasteguí (2009) las características de los cibermedios están relacionado con el espacio virtual, la permanencia del contenido, la inmediatez, la forma de acceder a los hipermediáticos, haciéndolos diferentes a los tradicionales.

A continuación se muestra un resumen de las características de los cibermedios, según Padilla (2012):

Tabla 3. Características de los cibermedios

CARACTERÍSTICA	DETALLE
Multimedialidad	Se refiere a la integración de diferentes medios en uno solo: Texto, video y sonido. El cibermedio tiene como ventaja que pone a disposición del usuario las diferentes aplicaciones tecnológicas en un solo medio.
Hipertextualidad	Consiste en los enlaces que llevan al usuario a más información relacionada con el tema.
Interactividad	Constituye una de las grandes ventajas sobre otros medios. La interactividad no es solo la posibilidad de los usuarios de relacionarse con otros, sino de interactuar con la información.
Actualización	La actualización de la información que se presenta en el cibermedio, en el caso del ciberperiodismo debe ser constante, pero adaptándose a la necesidad de contenidos del medio, así como a la necesidad de inmediatez de los usuarios o audiencia.

Fuente: Padilla (2012)

Elaboración: Silvio González Ramón

3.3 Los cibermedios en Ecuador

En Ecuador también se está viviendo el tema de los cibermedios que ha nacido en los últimos 20 años, en el ámbito de Internet. Se habla del ciberespacio de las redes digitales lugar donde miles de personas ya realizan intercambios de información, actividades comerciales y se informan periódicamente. Se puede agregar además, que los cibermedios han tenido acogida entre la población, a través de las redes digitales, han crecido de manera exponencial, por lo tanto el ciberperiodismo ya es una realidad entre los ecuatorianos.

Ecuador es un país que desde los años 90 empezó a producir las primeras propuestas de medios digitales de la mano de los grandes periódicos de Quito, Guayaquil y Loja, pero se ha visto que ya no sólo los medios tradicionales han lanzado sus versiones digitales, sino que comienzan a alcanzar un cierto renombre los nativos digitales, esto es medios que han nacido de la propia red, por lo tanto los medios digitales en Ecuador ya se está consolidado. (Montiel, 2010, p. 8)

Los cibermedios lo que buscan es brindar comodidad a los usuarios que desean navegar y conectarse. Estos recursos actúan de manera muy rápida esto es porque pertenecen al ciberespacio, que es un espacio que tiene redes interconectadas por las computadoras. Los cibermedios brindan al usuario la oportunidad de observar y escuchar diversos contenidos en una sola plataforma. Tienen relación con la difusión global que es capaz de presentar en una sola plataforma: imagen, texto, sonido y movimiento.

Según Fundamedios (2015) hasta abril de 2015, en Ecuador existían 60 cibermedios nativos digitales, estos son:

Tabla 4: Cibermedios nativos digitales en Ecuador

Medio	Tipo de Medio	Ciudad
http://www.ecuadorinmediato.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://www.larepublica.ec	Periódico/agregador noticias	Guayaquil
http://www.ecuadorenvivo.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://periodismoecuador.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://www.informateypunto.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://noticiasenlinea.com.ec	Periódico/agregador noticias	Quito
http://ecuadornoticias.org	Periódico/agregador noticias	Quito
http://sisepuedeecuador.net	Periódico/agregador noticias	Guayaquil
http://www.ecuadorlibrered.tk	Periódico/agregador noticias	Quito
http://www.confirmado.net	Periódico/agregador noticias	Quito
http://www.zonasurecuador.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://www.exactodigital.com	Periódico/agregador noticias	Quito
http://labarraespaciadora.com	Periodismo narrativo	Quito
http://gkillcity.com	Periodismo narrativo	Guayaquil
http://www.lamalaetra.com	Periodismo narrativo	Quito
http://www.planv.com.ec	Portal de investigación	Quito
http://lahistoria.ec	Portal de investigación	Guayaquil
http://focusecuador.com	Portal de investigación	Quito
http://www.milhojas.is	Portal de investigación	Guayaquil
http://www.elfinanciero.com	Portal especializado	Guayaquil

http://www.elemprendedor.ec	Portal especializado	Guayaquil
http://www.elcacaotero.com.ec	Portal especializado	Guayaquil
http://elproductor.com	Portal especializado	Guayaquil
http://www.ecuadoracolors.com	Portal especializado	Guayaquil
http://ecuadoruniversitario.com	Portal especializado	Quito
http://www.benditofutbol.com	Portal especializado	Quito
http://www.futbolecuador.com	Portal especializado	Quito
http://studiofutbol.com.ec	Portal especializado	Guayaquil
http://www.matavilela.com	Portal especializado	Guayaquil
http://www.cerolatitud.ec	Portal especializado	Quito
http://ecuadoraldia.ec	Medio regional	Riobamba
http://www.cotopaxinoticias.com	Medio regional	Latacunga
http://www.contenido.com.ec	Medio regional	Babahoyo
<a href="http://www.expresatemoronasantia
go.com">http://www.expresatemoronasantia go.com	Medio regional	Macas
http://www.puyogaceta.com	Medio regional	Puyo
http://www.aldia.ec	Medio regional	Quevedo
http://quevedoaldia.com	Medio regional	Quevedo
http://www.celicanos.com	Medio regional	Celica
http://machalamovil.com	Medio regional	Machala
http://www.xaviervillacis.com	Medio regional	Quevedo
http://www.hechosecuador.com/	Medio regional	Chone
http://ecoamazonico.org/	Medio regional	Puyo
http://www.galapagosdigital.com/	Medio regional	Galápagos/USA

http://www.radioturismoecuador.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.radiolavida.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.radioequinoccio.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.wambraradio.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.labodegamusical.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.uisek.edu.ec/Radiouisek.aspx	Radio nativa digital	Quito
http://rayuelaradio.com	Radio nativa digital	Quito
http://planarteria.com	Radio nativa digital	Quito
http://radiococoa.com/	Radio nativa digital	Quito
http://www.radioholaecuador.com	Radio nativa digital	Guayaquil
http://www.srradio.com.ec/	Radio nativa digital	Loja
http://rockafuerteonline.com/	Radio nativa digital	Rocafuerte
http://www.spacemusicradiofm.com/	Radio nativa digital	Guayaquil
http://www.flacsoradio.ec	Radio nativa digital	Quito
http://www.xyz-ecu.org	Radio nativa digital	Quito
http://lalineadefuego.info	Portales de opinión	Quito
http://ecuador.indymedia.org	Portales de opinión	Desconocido

Fuente: Fundamedios (2015)

Elaboración: Silvio González Ramón

Todos estos medios digitales nacieron en esta era y actualizan sus páginas constantemente, tienen un ritmo de publicaciones y mantienen un equipo de trabajo, los cuales se dedican a mantener su página actualizada. Los medios online no solo se están dando en Ecuador, sino que de la misma manera ocurre en todo el mundo, y de ahí se entiende por qué cada vez incrementan más usuarios de Internet. Algo importante también de señalar es que los cybermedios tienen enlaces a las redes sociales: Facebook y Twitter.

3.3.1 Estado de los cibermedios digitales en Ecuador

Un estudio del CIESPAL durante el año 2012 (Rivera, 2013), permite el levantamiento de la información que publican los medios a través de Internet, y también convergen lo académico y lo periodístico, dando un total de 254 medios digitales entre radio, televisión, prensa. En estos recursos se difunde noticias de actualidad y que son de interés para el público, mismas que se actualizan constantemente porque de lo contrario pierde interés la página.

Rivera (2013), concluye que “en Ecuador existen 30 canales, 133 emisoras y 57 periódicos; en cuanto a los medios de comunicación nativos digitales, existen 34 en total” (p. 178), mismos que están repartidos así: 14 emisoras, 16 periódicos y 4 revistas. La mayor cantidad de medios están en Pichincha, Guayas, Azuay, El Oro, Chimborazo, Cañar, Manabí y Loja. Donde no existen medios digitales es en Napo, Carchi y Zamora. La mayoría de los cibermedios se dedican a la difusión de las noticias en el ámbito social, político, económico, deportivo, etc. 43 medios de los 254 analizados no integran redes sociales, y aquellos que las emplean prefieren, por orden de importancia: Facebook, Twitter, RSS, Youtube, Ustream, JustinTV, Google+.

Por su parte, Fundamedios realizó un estudio y determinó que hasta abril del 2015, existían aproximadamente 60 medio digitales en Ecuador. De los resultados concluyen que en el país se hace periodismo en Internet, aunque en algunos casos con equipos mínimos, con recursos ajustados y deudas, donde prevalece el esfuerzos por mantenerlos (Morán, 2015).

Bajo este contexto, se concluye que los cibermedios nativos digitales en Ecuador tienen una programación variada, y por ende los usuarios tienen diversas opciones para estar informados o entretenerse. Quizás muchos desconozcan el esfuerzo que realizan a diario los medios digitales. También se debe señalar que estos medios requieren de una mayor responsabilidad.

Internet se ha convertido en un espacio más de expresión y de información, y adicional a ello, los usuarios tienen la posibilidad de dar a conocer sus opiniones. Quizá una preocupación para los cibermedios constituye la escasa publicidad, aunque si bien es cierto que ha crecido, pero eso no implica que sea rentable para los cibermedios, además no gozan de respaldo suficiente de las audiencias, lo que se refleja, por ejemplo, en las preferencias de los usuarios.

3.3.2 Contenido de los cibermedios digitales en Ecuador

Los cibermedios digitales en Ecuador, tiene una varia agenda, según Lozano (2017) “prevalecen los cibermedios que tienen enfoques periodísticos y no periodísticos” (p. 4). En el caso de los “periodísticos”, se manejan de la misma manera que la actividad periodística tradicional; por su parte, en los “no periodísticos” se relacionan con otros tipos de intereses como promocionar un producto, hacer campañas políticas, difundir actividades de instituciones, entro otros formas.

Así mismo, Díaz y Gaona (2014) señalan que existen cibermedios que son empleados para difundir contenidos que se emiten en la radio, así como otros que no entran en los informativos, existen aquellos que se dedican a publicar fotografías, algo que resulta difícil hacerle mediante medios tradicionales como por ejemplo la radio.

Los cibermedios constituyen una gran innovación entre los medios de comunicación, puesto que no han seguido un mismo formato como los anteriores medios, sino que han creado su propio estilo (Salaverría y Cores, 2012). Haciendo uso de los hipertextos, multimedia e interactividad, es como nacen los cibermedios, estos géneros innovadores, y no simples añadiduras. En el caso de los periodistas, consideran que los weblog constituye una forma de informar a través de los cibermedios.

En general, los cibermedios han nacido para solventar las necesidades de los usuarios en diferentes campos; aunque se puede manifestar que existen aquellos que son más sensacionalista y publican en sus páginas contenidos virales; pero también existen otros que si muestran a los cibernautas contenido serio y relevante.

En conclusión, los cibermedios en Ecuador se encuentran en su etapa inicial, por lo tanto quizá no tengan bien definida su programación diaria, pero con el paso del tiempo, se considera que van a ir mejorando en diversos aspectos como secciones principales y secundarias, motores de búsqueda, mejorar las área de participación para los cibernautas, etc.

3.4 Los cibermedios en Colombia

Colombia es otro de los países de América Latina donde se encuentra cibermedios nativos y emigrantes. En un estudio realizado por Said, Arcila y Méndez (2011) se analizaron 38 diarios

digitales, y los resultados mostraron que ninguno de los diarios analizados posee facilidad de búsqueda simple, avanzada o disponibilidad de hemeroteca digital o mapa de sitio web.

Así mismo, en otro estudio realizado por Escobar y Peña (2010), muestran la capacidad de los medios de comunicación digital, para personalizar el contenido de información que se les ofrece a los usuarios, a través de: alertas, canales de contenido sindicado, envío de noticias vía web, envío de noticias a teléfonos móviles y la opción de registrarse al medio digital, para la personalización de la interfaz y del contenido.

Por ejemplo *El Meridiano de Sucre* permite el envío de correo electrónico, impresión de las noticias, sin embargo, las opciones de alertas de noticias, la accesibilidad a canales de contenido sindicado, el envío de noticias a teléfonos móviles, la opción de registrarse y de personalizar su cuenta es nula. Los resultados obtenidos en el diario *El Espacio*, difiere los resultados solo en la opción de contenido sindicado la cual es permitida a diferencia del *Meridiano de Sucre* (Escobar & Peña, 2010).

La digitalización de contenidos, la tendencia a la fusión empresarial así como la tendencia de las empresas de comunicación e información a diversificarse hacia otros soportes constituyen los ejes de esta convergencia tecnológica, comunicativa e informativa que permite acceder a mayores contenidos, de mejor calidad (al menos técnica), desde cualquier lugar, de forma casi simultánea y sincronizada es la Sociedad de la Información.

En Colombia según Said, Arcila y Méndez (2011) existen los siguientes cibermedios nativos digitales:

1. El Espectador
2. El Nuevo Siglo
3. El Tiempo
4. La República
5. Revista Semana
6. Portafolio
7. La Silla Vacía
8. Kien & Ke
9. Confidencial Colombia
10. Revista Dinero
11. RCN Radio
12. La W Radio

13. La FM
14. Blu Radio
15. Radio Santa Fé
16. Canal RCN
17. CM& Noticias
18. Noticias UNO
19. Nuevo Siglo
20. La Nación
21. La Patria
22. El País
23. El Heraldó
24. El Espacio
25. La Vanguardia
26. El Tiempo.

De acuerdo a un estudio realizado por Barredo y Díaz (2016) en Colombia los medios más frecuentemente interactivos son los nativos digitales, seguido por los portales en línea asociados a los medios radiales.

Es decir, que los cibermedios digitales en Colombia gozan de gran acogida por parte de los pobladores, quienes de seguro buscan estar bien informados y con noticias del momento de lo que ocurre en su país; por lo tanto, se considera que la población colombiana accede con mayor frecuencia a los cibermedios en relación con los habitantes de Ecuador.

3.4.1 Estado de los medios digitales en Colombia

En Colombia, al igual que el resto del mundo, se vive una verdadera transformación de los medios de comunicación en Internet, y con esto también, los usuarios buscan medios que se acoplen a sus necesidades y exigencias, de ahí que es importante que los cibermedios realicen una evaluación constante de su accionar, tomando en cuenta la incorporación de herramientas que permitan al internauta tener una activa participación (Said, Arcila & Méndez, 2011)

Los cibermedios colombianos, como en otras partes de la región y el planeta, la evolución de dichos medios ha estado marcada por una limitada utilización de los recursos propios del medio digital. En los actuales momentos en Colombia los cibermedios están experimentando

constantes cambios en sus formatos y contenidos con el fin de proveer a sus visitantes de servicios informativos de calidad (Bohorquez, 2015).

Así mismo, en el caso de los cibermedios digitales de la Costa Caribe Colombiana presentan algunas falencias, entonces, deberían estar pensando en cómo reestructurar su contenido para convertirse en verdaderos medios digitales y no quedarse rezagados en el ciberespacio. Arias (2010), considera que algunas de las falencias de estos recursos de comunicación es que no se acoplan al entorno, a las características de usuarios, porque a esto recursos acceden toda clase de públicos, por lo tanto es necesario que dejen a un lado modelos tradicionales como la venta de periódicos en la calle.

Quizás al darse cuenta de las falencias que están presentando se busquen mejores estrategias de actuación y conseguir aún más usuarios o visitantes a sus páginas. El paso del papel a la pantalla ha tenido diversas aceptaciones por parte de los públicos a quienes van dirigidos todo tipo de textos.

Los cibermedios permiten tener acceso a la información mundial, y se ha convertido en una nueva ventana que permite ver más allá de la frontera, por citar un ejemplo: los medios tradicionales solo tenían cobertura en ciertas áreas, pero mediante los cibermedios lo que se difunde mediante estos recursos recorre el mundo entero, pues las nuevas plataformas facilitan el flujo de información y la accesibilidad que, entre otras, es propiciada por las tecnologías móviles y la oferta de Internet de gran calidad.

3.4.2 Contenido de los medios digitales en Colombia

Los cibermedios han ido mejorando paulatinamente, en el caso de los migrantes digitales, lo que han hecho es subir la misma programación tradicional en una página web; pero los cibermedios nativos han nacido con una determinada programación, pensando en los públicos a los que quieren llegar, aunque se evidencia falencias en diversos aspectos como: página desactualizada, datos e información repetitiva o poco confiable, contenido no apto para ciertos sectores (Carmona, 2016).

En Colombia es común escuchar hablar de las ciberrádios universitarias, que nacen por iniciativa de quienes se preparan en el campo de la comunicación y algunos ya no encuentran un espacio en los medios tradicionales de la universidad; existen otros casos que surgen como parte de un proyecto de los futuros periodistas y que tienen acogida en la institución (Escobar & Peña, 2010).

Las ciberrádios universitarias, se convierten entonces en una buena alternativa para que tanto docente como estudiantes tengan un campo de acción ya sea como productores, realizadores y directores. Lo importante es, como lo señalan Jaramillo y Martínez (2010) que “se ofrecen a los cibernautas una variedad de programación para que seleccionen de acuerdo a sus gustos y necesidades” (p. 3). Algo importante también de resaltar es que los cibermedios colombianos cumplen con todos los lineamientos establecidos por los organismos de control de ese país y los reglamentos universitarios; buscan también que la programación y el contenido sea de calidad.

Pero se evidencia cierta controversia en cuanto a la calidad de la programación de las ciberrádios, pues Ramírez (2015) considera que no todas cumplen con las características de ser unas auténticas ciberrádios, “porque en diversos casos se presentan errores en cuanto a la programación o porque no se le da seguimiento y actualización al medio” (p. 1); existen falencias de contenido en sus parrillas de programación, o bien por ausencia de continuidad en el ciberespacio.

En un estudio realizado por Jaramillo y Martínez (2010) determinan que “existe una amplia diferencia en la programación entre algunos medios digitales, sobre todo relacionado con las características de sus páginas, que en algunos casos no disponen de una navegación sencilla o la información no se la puede descargar” (p. 102).

En conclusión, aunque los cibermedios digitales colombianos, cada vez adquiere mayor espacio, sin embargo, algunos críticos piensan que aún existen muchas cosas que mejorar; es necesario que se identifique las falencias y sobre todo se trate de ser originales en la programación, porque cuando se trata de emitir a otros medios, el éxito no está garantizado.

En los actuales momentos, los cibermedios tienen a disposición un sinnúmero de herramientas y recursos para innovar y mejorar la programación, por ejemplo lo que han hecho grandes cibermedios a nivel mundial es incorporar recursos como streaming (transmisión) para informar a sus audiencias en tiempo real.

En general, un cibermedio constituye una amplia gama de posibilidades audiovisuales informativas, fotografías de apoyo e ilustración, videos informativos y explicativos sobre noticias, podcast de audio, infografías, hipertexto, textos e imágenes animadas, mapas interactivos, etc., y plataformas Web 2.0.

4. Nativos y migrantes digitales

4.1 Nativos digitales

Dentro de los cibermedios se distinguen a los nativos y migrantes digitales. Los nativos son aquellos que nacieron con la tecnología. Prensky (como se citó en CNN, 2013) considera que los nativos digitales son aquellos medios que hicieron su aparición en este nuevo entorno tecnológico; mientras que los inmigrantes digitales son los medios tradicionales y que fueron tecnificándose e ingresando a la era digital.

La ventaja de los cibermedios nativos es que nacen con la tecnología que requieren para su funcionamiento, por lo tanto son más ágiles, además no existe ciertas limitantes en cuanto a tiempos, espacios, publicidades, etc. que si se da en el caso de los cibermedios migrantes. En el caso de los cibermedios de noticias, “el proceso de producción de información es más rápido, puesto que el contenido es publicado en cuanto se termina de redactar y no tiene que pasar por numerosas revisiones como sucede en los medios tradicionales” (Iglesias, 2012, p. 30).

Según un estudio realizado por Cabrera (2014), en España el número de usuario a los cibermedios ha incrementado, pero los internautas prefieren los cibermedios nativos, es decir páginas nuevas, donde se presenta la información o el contenido de una manera diferente, que les permite interactuar, conocer al instante lo que el usuario está buscando. Es así como considera también que es erróneo el concepto que tienen algunas personas al pensar que los jóvenes y adolescentes ya no están informados porque ya no leen el periódico o revistas tradicionales; las nuevas generaciones se apuntan hacia las nuevas tecnologías, donde puedan disfrutar de imágenes, páginas y contenidos en general acorde a su era y esto les ofrecen los cibermedios nativos.

Los nativos digitales tienen diversas ventajas en relación con los inmigrantes digitales, pues estos últimos tienen cierta tendencia a guardar en secreto la información; mientras que los nativos digitales comparten y distribuyen los datos normalmente. Así mismo, los inmigrantes digitales son más reflexivos y por ende se evidencia mayor lentitud, por su parte los nativos digitales son capaces de tomar decisiones de mayor rapidez. Otra ventaja que tienen los nativos digitales es los juegos electrónicos, ya que ofrecen a sus usuarios juegos más complejos, lo que implica la participación y coordinación de más jugadores; mientras que en los inmigrantes digitales suelen ser lineales en su funcionamiento.

En conclusión, los cibermedios nativos son quienes más acogida entre la juventud, pues son creados pensando precisamente en este grupo social que es más exigente que los demás grupos de personas. Así mismo, los cibermedios nativos se apoyan en redes sociales como Facebook y Twitter, que constituyen herramientas preferidas y entretenidas para las nuevas generaciones. Los cibermedios nativos digitales se apuntan a obtener más respuestas o reacciones de su audiencia, buscan constantemente el modelo ideal de contacto con sus públicos potenciales.

4.2 Migrantes digitales

En la actualidad, hablar de cibermedios es referirse a la presencia de los medios tradicionales en el ciberespacio; es decir, que no se trata únicamente de la prensa digital, que directamente alude a los diarios y revistas en Internet. Cibermedios, es un término que remite a todos los medios tradicionales o analógicos en el ciberespacio.

Manovich (2001) considera que "la mayor parte de las interacciones se producen en Internet (P. 28). El ciberespacio es el entorno de comunicación interactiva. Un entorno virtual, que se suma a los de la comunicación interpersonal natural y al de la comunicación masiva propia de los medios tradicionales. En ese entorno virtual interactivo, multimedia, hipertextual, se interactúa con múltiples sujetos gracias a la tecnología como se lo hace en la comunicación presencial, pero sin límites espaciales o temporales; se puede emplear el lenguaje oral, el escrito o el audiovisual.

Conforme la sociedad se tecnifica, van perdiendo importancia los medios tradicionales, porque actualmente la vida ha cambiado, ahora ya no se asiste a foros, sino que través del ciberespacio se puede conocer la calidad de los productos o se busca soluciones para problemas técnicos. Los medios tradicionales han utilizado el ciberespacio como si fuera un canal de transmisión más, como lo han sido hasta ahora la distribución física o la emisión por ondas, sin darse cuenta de que la función de mediación estaba cambiando y que el ciberespacio es un entorno de comunicación horizontal, no vertical como es la de los medios.

Díaz (2011) señala "entiendo por cibermedios los sitios informativos que surgen a partir de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión, agencias) y, por extensión, aquellos nacidos específicamente en la Red con una vocación profesional (por ejemplo, en Estados Unidos, Slate, Salon; en España Soitu)" (p. 10). El decir, que estos recursos llegan a la población con variados contenidos, haciendo uso de un lenguaje adecuado de tal manera

que pueda ser entendido por los diferentes tipos de públicos.

En la investigación *Web 2.0 y medios digitales de Ecuador*, Rivera (2013) señala que en caso de los medios impresos, “la información que la publican a través de la versión digital no es editada para ese formato” (p. 62). En el caso de diario *El Universo* es una de los que más visita tiene, está en Internet de 1997 y la página de aquellos tiempos estaba realizada en tables en html.

Diario *El Comercio* está ya en el noveno rediseño y ha superado los problemas de interoperabilidad con otros navegadores. Diario *La Hora* aparece en Internet en 1998 prestando un servicio con tablas en HTML con una buena distribución de secciones en la portada. Los diarios *Expreso* y *Extra* con sus dominios *Expreso.ec* y *extra.ec* aparecen en 2007 (Rivera D., 2011).

Bajo este contexto se concluye que con la aparición de las TIC, el mundo puede disfrutar de diversas oportunidades y formas de comunicarse y transmitir información; en el caso de los medios de comunicación tuvieron que migrar a este nuevo modelo de servicio, con el fin de que el receptor pasivo se convierta en un usuario activo.

El desarrollo tecnológico constituye un nuevo espacio para que los medios de comunicación convencionales ofrezcan mejores servicios, haciendo uso de la generación, procesamiento y transmisión de información. El desarrollo de nuevos medios de comunicación hace posible que se acorten distancias y se conozca en el preciso momento lo que ocurre alrededor del planeta.

CAPÍTULO 2
METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo cualitativa - descriptiva, por cuanto se realizó un análisis de cómo se encuentran los cibermedios de Ecuador y Colombia. Según Posso (2011) la investigación cualitativa se basa en la observación constante de una situación, mientras que la descriptiva es presentar al fenómeno tal como se lo observa, sin tratar de cambiar la realidad ni manipular los datos, sino que se busca dar a conocer las propiedades o particularidades importantes del objeto de estudio.

Se seleccionaron estos tipos de investigación por cuanto se realizó la observación directa de las portadas de los cibermedios nativos digitales de Ecuador y Colombia y en el capítulo tres se presenta los resultados de manera descriptiva.

2.2. Métodos de investigación

Es una especie de brújula en la que no se produce automáticamente el saber, pero que evita perderse en el caos aparente de los fenómenos, aunque solo sea porque se indica como plantear los problemas y como no sucumbir en el embrujo de los prejuicios predilectos (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 308).

Los métodos se los utilizó en todo el proceso investigativo, ya que fueron necesarios para obtener, analizar y sintetizar la información; con base a la metodología se diseñaron los instrumento de recolección de datos, diagnóstico, observación de los cibermedios de Ecuador y Colombia.

Descriptivo.- En la presente investigación fue necesario observar las portadas de los cibermedios e ir registrando la información en una ficha previamente elaborada, por lo tanto se recurrió al método descriptivo para presentar los resultados de las características de la portada de los cibermedios tanto de Ecuador como de Colombia. El método descriptivo se lo utiliza para el desarrollo del capítulo tres.

Este método fue importante porque como lo menciona Pérez (2004) “orienta hacia el presente y actúa en los niveles de investigación aplicada y activa, intenta una observación sistemática, estudia la realidad educativa tal y como se desarrolla” (p. 6). Es precisamente por este motivo que se lo empleó, porque se hizo un estudio de la realidad de los cibermedios nativos digitales, la información presentada es la real, no se manipularon ni alteraron los datos.

Inductivo.- Se empleó este método para analizar la forma como los cybermedios han logrado convertirse en un recurso innovador dentro de la comunicación.

Según Méndez (2011) la inducción “permite partir de la observación de un fenómeno o situaciones particulares que enmarcan el problema de la investigación” (p. 16). Es decir, que en el presente estudio se partió del tema de la investigación y a través del marco teórico se fue ampliándose el análisis para conocer el inicio de estos medios digitales y su evolución. Así mismo en el capítulo tres, se fue generalizando los resultados, a través de un análisis comparativo que se hizo entre los cybermedios nativos digitales de Ecuador con los cybermedios de Colombia.

Analítico.- Según Ruiz (2007) “a través del método analítico se puede desintegrar en partes un todo con el fin de estudiar de minuciosamente cada elemento y relacionarlos entre sí” (p. 1).

En la investigación se utilizó el método analítico en los diversos capítulos. En el capítulo uno fue necesario recopilar información de diferentes fuentes bibliográficas, mismas que tuvieron que ser leídas y analizadas para estructurar los diferentes títulos y subtítulos del marco teórico.

También se empleó el método analítico para estructurar la ficha de observación, la cual fue dividida en varios apartados, porque se tuvo que desintegrar la portada de los cybermedios en diferentes partes, con el fin de realizar un análisis minucioso.

En la elaboración del capítulo tres se recurrió también al método analítico, ya que se presentaron los resultados obtenidos a través de la observación, es decir, se analizó toda la información recopilada y se emiten nuevos elementos de juicio.

2.3 Población y muestra

Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Las poblaciones suelen ser muy numerosas, por lo que es difícil estudiar a todos sus miembros; además de que esto no es posible, no es necesario, por lo tanto se debe hacer uso de una muestra, que consiste en un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta del universo en su conjunto (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

2.3.1 Población

La población la constituye todos los cibermedios nativos de Ecuador y Colombia. En el caso de Ecuador, de acuerdo a la investigación se determina que existen 59 cibermedios nativos; mientras que en Colombia los resultados demuestran que existen 28.

2.3.2 Muestra

“Una muestra poblacional es un conjunto de elementos que representan al universo total” (Kazez, 2009, p. 2), es decir, son una fracción de la totalidad del número de individuos a ser investigados. En el presente estudio se estableció el tamaño de la muestra, con el fin de realizar un estudio viable y creíble.

Para la investigación de campo se empleó un tipo de muestra estratificada, tomando en cuenta diversos criterios: años de creación y contenido de las páginas de los cibermedios; es así como se seleccionó como muestra a 15 cibermedios nativos digitales que han sido creados en los últimos diez años, tanto en Colombia como en Ecuador, cuyos contenidos están relacionados con educación, noticias, política, economía.

Al haber seleccionado este tamaño de muestra, permitió disminuir considerablemente el tiempo de realización de la investigación, sin embargo, esto no impidió que se generalicen los resultados sobre la población. Samaja (1994) como se citó en (Kazez, 2009) afirma que “es posible realizar un estudio exploratorio tomando pocos individuos de un determinado nivel de la matriz de datos y formular supuestos firmes acerca del comportamiento del universo en ese mismo nivel” (p. 4).

Los cibermedios nativos digitales que formaron parte de la muestra fueron:

Cibermedios nativos digitales de Ecuador:

1. **Ecuador inmediato**, es un cibermedio nativo digital de Quito, fue creado en el año 2012, su programación está basada en noticias relacionadas con política, economía y educación.
2. **La República**, este cibermedio fue creado en el año 2014, está ubicado en Guayaquil, el contenido de su página está relacionado con noticias deportivas, entretenimiento, política, economía, educación.

3. **Infórmate y punto**, es de la ciudad de Quito, fue creado en el año 2012, la programación está basada en música, noticias deportivas, entretenimiento, política, economía y otros.
4. **Si se puede**, es un cibermedio guayaquileño que fue creado en diciembre del año 2006, en su página contiene música, noticias, entretenimiento, datos sobre economía, educación.
5. **Exacto digital**, se trata de un cibermedio de Quito, creado en el año 2015, en su página se encuentran noticias deportivas, de entretenimiento, política, economía, educación.
6. **Plan V**, cibermedio nativo digital de Quito, creado en el año 2010, está dedicado a informar a la ciudadanía con noticias relacionadas con el deporte, la economía, política y educación.
7. **Mil hojas**, es un cibermedio nativo digital de Guayaquil, que fue creado en el año 2014, el contenido de su página está relacionado con información deportiva, entretenimiento, política, economía, educación.
8. **El Cacaotero**, cibermedio guayaquileño, creado en el año 2013, dedicado a informar a la ciudadanía mediante noticias relacionadas con la economía del país y la actividad productiva del cacao.
9. **El Productor**, cibermedio nativo digital de Guayaquil, creado en el año 2010, el contenido de su página está relacionado con información económica y sobre actividades productivas, tanto agrícolas, ganaderas, camaroneras, caficultores, etc.
10. **Ecuador a colores**, fue creado en el año 2011, es un cibermedio de Guayaquil, dedicado a proporcionar información relacionada con el entretenimiento, se dan cursos online de manualidades, pintura, dibujo.
11. **Bendito Fútbol**, es un cibermedio de la ciudad de Quito, creado en el año 2013, está dedicado a proporcionar información deportiva de las diversas disciplinas, a nivel nacional e internacional.

12. **Fútbol Ecuador**, cibermedio de la ciudad de Quito, creado en el año 2015, el contenido de su página está relacionado con información deportiva, tanto nacional como internacional.
13. **Matavilela**, es un cibermedio de Guayaquil, nace en el año 2014, brinda noticias relacionadas con la educación, tiene varios enlaces con las páginas de diversas universidades del país.
14. **Cero Latitud**, este cibermedio está ubicado en la ciudad de Quito, creado en el año 2008, está dedicado a proporcionar información relacionada con el entretenimiento, farándula y noticias sobre economía.
15. **Al Día**, es un cibermedio de la ciudad de Quevedo, creado en el año 2009, está dedicado a informar con temas referentes al mundo deportivo, farándula, entretenimiento, religión, política, economía, educación.

Cibermedios nativos digitales de Colombia

1. **Portafolio**, es un cibermedio de Bogotá, creado en el año 2015, el contenido de su página está compuesto por noticias relacionadas con la política, economía y entretenimiento.
2. **El Tiempo**, surge en Bogotá, en el año 2012, contiene noticias sobre política, economía y educación.
3. **El colombiano**, es un cibermedio que está en Antioquia, creado en el año 2011, contiene musicales, noticias relacionadas con el ámbito deportivo, entretenimiento, política y economía.
4. **El universal**, nace en Cartagena en el año 2012 y su página es muy variada porque contiene noticias, musicales, deportes, entretenimiento, información religiosa, económica, educativa.
5. **La Vanguardia**, es un cibermedio de Bucaramanga, creado en el año 2013, tiene un contenido variado y que está relacionado con la música, deportes, entretenimiento, política, economía, películas, educación.

6. **La República**, fue creado en el año 2011, en Bogotá, el contenido de su página se basa en musicales, noticias deportivas, política, datos económicos, segmentos de entretenimiento.
7. **El Espacio**, aparece en el año 2012 en Bogotá, es un cibermedio con contenido noticioso sobre diversos ámbitos.
8. **El Heraldó**, es un cibermedio de Barranquilla que fue creado en el año 2012, tiene una programación variada: música, noticias, deportes, entretenimiento, política, economía, educación.
9. **Nuevo Siglo**, fue creado en el año 2016 en Bogotá, se trata de un cibermedio con contenido musical, noticias deportivas, datos económicos, temas políticos, programación infantil.
10. **El País**, este cibermedio está ubicado en Cali, aparece en el año 2014, en su página se encuentran varios segmentos: música, noticias, deportes, entretenimiento, programación infantil, política, economía, educación.
11. **La Patria**, nace en el año 2015 en Manizales, al igual que mayoría de los cibermedios que forman parte de la muestra, su contenido es variado sobre las siguientes temáticas: música, noticias, deportes, entretenimiento, programación infantil, políticas, educación.
12. **La Nación**, aparece en la web en el año 2014 en Cali, en la portada de su página existen segmentos de música, noticias, deportes, entretenimiento, política, economía, películas, educación, foros.
13. **El Espectador**, fue creado en el año 2013 en Bogotá. Este cibermedio ofrece noticias, música, deportes, entretenimiento, política, películas, datos económicos.
14. **El Meridiano de Sucre**, es un cibermedio de Bogotá que nació en el año 2016, el contenido de su página se basa en música, noticias, deportes, entretenimiento, política, economía, películas, educación.
15. **El Espacio**, aparece en la web en el año 2015 en Bogotá, el contenido está relacionado con las noticias de diferentes ámbitos de la información.

2.4 Técnicas e instrumentos de investigación

Observación.- Se aplicó esta técnica, tomando en cuenta que el objetivo de la investigación es analizar las características de los ciberrmedios, por lo tanto era necesario recurrir a la observación directa de las portadas de dichos medios digitales.

Fabbri (2015) señala que en una investigación es importante “observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis” (p. 2). Mediante la observación se pudo registrar la mayor cantidad de datos, para lo cual se diseñó inicialmente una ficha que contenía diversas variables que eran importante investigar.

Al momento de realizar la observación se tuvo que realizar el conteo de los diferentes datos que se necesitaba registrar en la ficha, esto llevó tiempo, porque existieron casos de algunas páginas que se encontraban en mantenimiento y por ende había que esperar varias semanas hasta que vuelvan a estar disponibles para poder registrar los datos.

Cabe señalar, que inicialmente se realizó la observación de todos los ciberrmedios nativos digitales de los dos países: Ecuador y Colombia, y luego con esa información preliminar, se seleccionaron los 15 ciberrmedios de cada país que fueron parte de la muestra, y sobre los cuales se realizó el análisis.

Mediante una correcta observación se pudo presentar información confiable, describir la realidad de los ciberrmedios de Ecuador y Colombia, explicar las características de los mismos y realizar un análisis comparativo. Pero esta información también fue contrastada con los datos obtenidos mediante una entrevista. La observación y registro de información de los ciberrmedios tomó alrededor de tres horas para cada uno, esta parte de la investigación se lo hizo desde finales del mes de mayo, junio, julio.

La ficha de observación estaba compuesta de seis variables, cada una contenían diferentes datos:

Tabla 5: Información del ciberrmedio

1. INFORMACIÓN DEL CIBERMEDIO					
No.	NOMBRE DEL CIBERMEDIO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	FECHA DE CREACIÓN	PAÍS	CIUDAD

Fuente: Silvio González Ramón

Elaboración: Silvio González Ramón

En la primera variable se registraban los datos relacionados con la información del cibermedio, se registraba el nombre, la dirección electrónica, fecha de creación, el país y la ciudad donde estaba ubicado.

Tabla 6: Tipo de contenido del cibermedio

2. TIPO DE PROGRAMACIÓN							
Musical	Noticias	Deportiva	Entretenimiento	Religiosa	Programación infantil	Política	Economía

Fuente: Silvio González Ramón

Elaboración: Silvio González Ramón

La segunda variable está relacionada con el tipo de programación, en este aspecto se registraban los datos de acuerdo al contenido de la portada del cibermedio.

Tabla 7: Características de la portada del cibermedio

3. CARACTERÍSTICAS DE LA PORTADA DEL CIBERMEDIO								
No. de secciones	No. de noticias	No. de fotos	No. de Blogs	No. de Publicidad	No. de Banners	No. de foros	No. de enlaces	Otros

Fuente: Silvio González Ramón

Elaboración: Silvio González Ramón

Referente a las características de la portada del cibermedio, se registraron los datos relacionados con el número de secciones, número de noticias, fotos, blogs, publicidad, banners, foros, enlaces y otros aspectos adicionales que fueron detallados en la columna de observación que fue ubicada al final de la tabla.

Tabla 8: Recursos que emplean los cibermedios

4. RECURSOS QUE EMPLEAN			
Hipertexto	Multimedia	Interactivos	Comentarios de usuarios

Fuente: Silvio González Ramón

Elaboración: Silvio González Ramón

La cuarta variable estaba relacionada con los recursos que emplean los cibermedios: hipertexto, multimedia, interactivos, comentarios de usuarios. Los multimedia se relacionan con el uso de múltiples tipos de información (textos, gráficos, sonidos, animaciones, videos, etc.) integrados coherentemente en la página. El hipertexto es una red de información formada a partir de un conjunto de unidades de texto que se conectan por múltiples enlaces. En cuanto a los recursos interactivos se tomó en cuenta la posibilidad que los usuarios tienen para interactuar con la información, es decir emitir comentarios, dar “me gusta”, compartirla, descargarla, etc.

Tabla 9: Forma de contacto entre cibermedio - usuario

5. CONTACTO CIBERMEDIO - USUARIO					
Twitter	Facebook	Blogs	Chat en línea	Correo electrónico	Votaciones de usuario

Fuente: Silvio González Ramón
Elaboración: Silvio González Ramón

Así mismo, se registraron los datos relacionados con los recursos que utilizan los cibermedios para estar en contacto con los usuarios, entre ellos: twitter, Facebook, blogs, chat en línea, correo electrónico, votaciones de usuarios.

Tabla 10: Suscriptores de los cibermedios

6. SUSCRIPTORES	
CANTIDAD PAGADOS	CANTIDAD GRATIS

Fuente: Silvio González Ramón
Elaboración: Silvio González Ramón

La sexta variable fue el número de suscriptores que tienen los cibermedios, tanto pagados como gratis.

Al final se hizo constar una columna de observaciones, donde se registraban los datos que se consideraba importantes pero que no estaban detallados dentro de las variables.

Entrevista.- Es importante el uso de esta técnica de investigación, porque se lo considera más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa, a través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta (Galán, 2009).

Considerando la efectividad en la obtención de información, se diseñó un guion de entrevista para aplicarlo a los administradores o responsables de los cibermedios. La entrevista no se realizó a todos los cibermedios integrantes de la muestra, sino sólo a tres cibermedios de Ecuador y tres de Colombia. Los cibermedios entrevistados fueron aquellos que accedieron al diálogo, inicialmente se solicitó la entrevistas a los administradores de *Ecuador inmediato*, *Al Día*, *Ecuador a Colores*, *La Vanguardia*, *El Tiempo*, *El Colombiano*, pero en el caso de cinco de ellos no permitieron que se les entrevistase, por diversos motivos que argumentaban, entonces se fue contactando con los administradores de otros cibermedios que eran parte de la muestra, hasta que se consiguió el número de entrevistas que estaba previsto.

A continuación se detalla el nombre del entrevistado, el cibermedios en el cual labora, el país y la fecha en que se realizó la entrevista:

1. Ing. Edwin Hidalgo del cibermedio *La República* – Ecuador – 18 de agosto de 2017.
2. Yoconda Nieves del cibermedio *Infórmate y punto* – Ecuador – 23 de agosto de 2017.
3. Alejandro Córdova del cibermedio *La barra espaciadora* – Ecuador – 23 de agosto de 2017.
4. Julio Sánchez del cibermedio *La Vanguardia* – Colombia – 25 de agosto de 2017.
5. Ricardo Sarmiento del cibermedio *Portafolio* – Colombia – 30 de agosto de 2017.
6. Alexa Santo Domingo del cibermedio *Nuevo Siglo* – Colombia – 3 de septiembre de 2017.

En el caso de los tres cibermedios de Ecuador la entrevista fue vía telefónica, y a los cibermedios de Colombia se realizó la entrevista vía Skype. Los datos obtenidos a través del diálogo se contrastaron con la información registrada en la ficha de observación.

CAPÍTULO 3
RESULTADOS

3.1. Análisis de la información

3.1.1 Información de los cibermedios

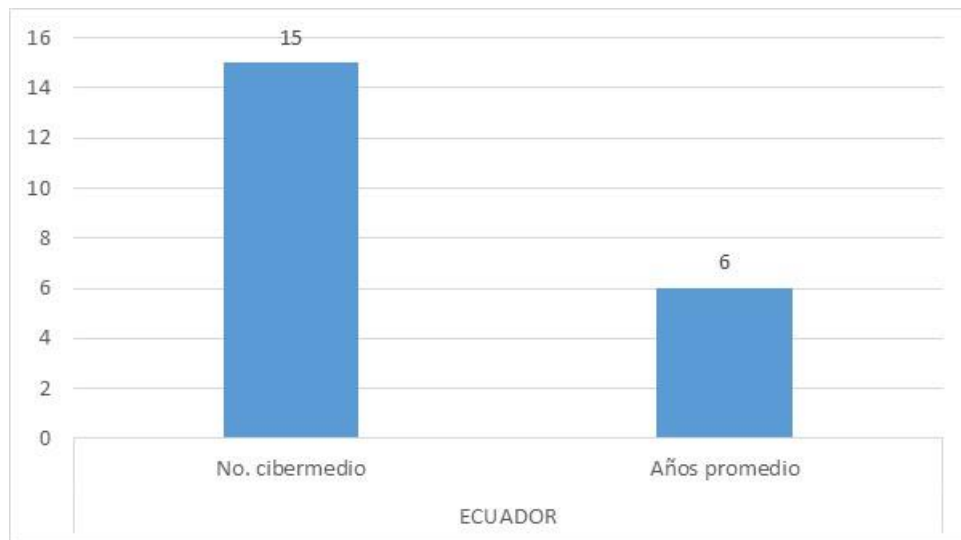


Figura 1: Información de los cibermedios - Ecuador

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Referente a los cibermedios nativos digitales existentes en Ecuador, en la investigación se encontraron 59 cibermedios entre todos aquellos de diverso tipo de contenido, pero en el presente estudio, como se muestra en la gráfica se analiza a 15 cibermedios, mismos que fueron seleccionados considerando aquellos que aparecen en los 10 últimos años y cuyo contenido esté relacionado con temas educativos, noticias, música, deportes. Así mismo, en cuanto a la fecha de creación de estos medios digitales, los más antiguos tienen 6 años de creación.

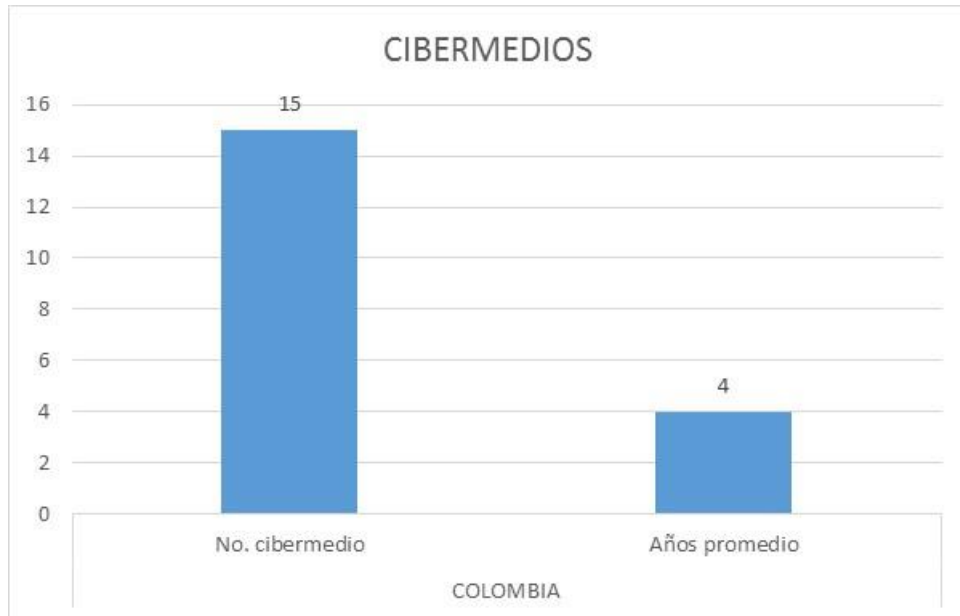


Figura 2: Información de los cibermedios - Colombia

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Respecto a Colombia, de acuerdo a la investigación existen 28 cibermedios nativos digitales, pero igualmente se seleccionaron 15 cibermedios para el presente estudio considerando el contenido y la fecha de creación, en este caso seleccionaron aquellos que tienen una línea informativa, educativa, de entretenimiento, tal como se detalla en la muestra que consta en el Capítulo dos. Referente a la fecha de creación se determina que los más antiguos tienen cuatro años en la web.

Análisis comparativo

Se realizó el análisis de 15 cibermedios de Ecuador y 15 de Colombia. En el caso de los cibermedios ecuatorianos tienen entre 1 a 6 años de creación; mientras que los cibermedios colombianos que fueron analizados están entre 1 a 4 años.

A los 15 cibermedios ecuatorianos y colombianos que forman parte de la muestra se los seleccionó considerando la fecha de creación y el contenido de las páginas.

3.1.2 Tipo de programación

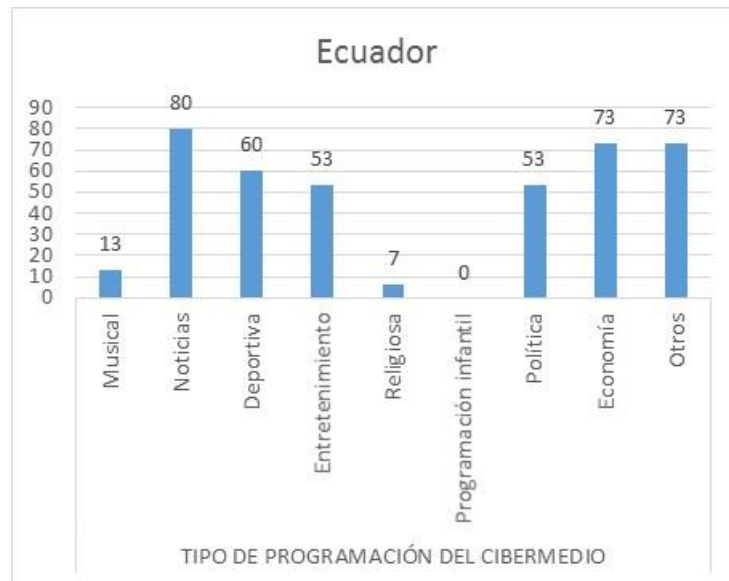


Figura 3: Contenido de los cibermedios - Ecuador
 Fuente: Ficha de observación
 Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Respecto al contenido de los cibermedios nativos digitales de Ecuador que integran la muestra, el 80% de cibermedios ofrecen noticias, seguido por un 73% que muestran datos económicos y otros temas. Al hablar de otros temas, se refiere a contenidos educativos, pues los administradores de los tres medios entrevistados: *La barra espaciadora*, *Infórmate y Punto*, y *La República*, coincidieron en señalar que ellos dentro de sus páginas tienen un espacio para dar a conocer novedades y temas relacionados con la educación, lo cual se corrobora con lo observado en la página.

Así mismo, los cibermedios nativos digitales tienen una amplia tendencia de contar con secciones deportivas como es el caso del 60%, así mismo el 53% tienen contenido referente a política e igual porcentaje de entretenimiento y periodístico; pero también según lo observado no tienen programación infantil, al igual que el contenido religioso es mínimo. Al respecto, el administrador del cibermedio *La República* manifestó que no contienen temas infantiles debido a que aún existe gran parte de niños que no tienen acceso a la web y por lo tanto no son usuarios constantes.

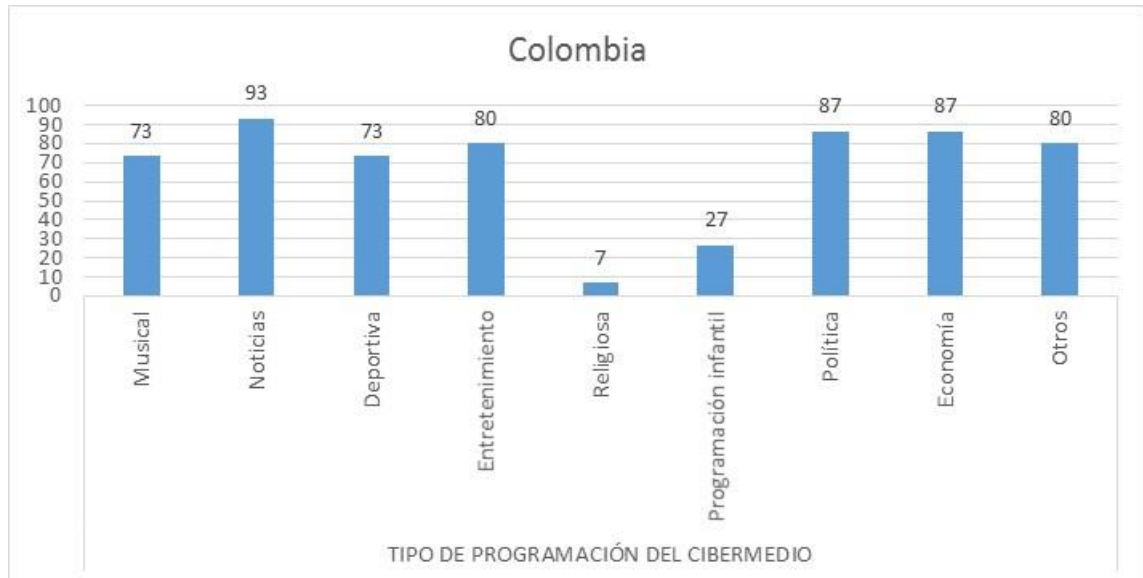


Figura 4: Contenido de los cibermedios - Colombia

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Referente al contenido de los cibermedios digitales nativos de Colombia que formaron parte de la muestra, el 93% se dedican a brindar noticias, seguido con el 87% que tratan temas de política y economía, en un 80% están aquellos que tienen un contenido de entretenimiento y otros; el 73% tienen contenido musical, deportivo y periodístico. En el 27% de los casos tienen programación infantil, y en mínimo valor 7% cuentan con temas religiosos.

Al referirse a “otros”, en el caso de los tres cibermedios que fueron entrevistados: *Portafolio*, *La Vanguardia* y *Nuevo Siglo*, manifestaron que tienen también secciones dedicadas a los temas educativos, información que consideran importante para que los estudiantes realicen consultas.

Análisis comparativo

En cuanto al contenido de los cibermedios, el 73% de los cibermedios colombianos son de contenido musical, mientras que en Ecuador solo el 13% tiene este mismo contenido. Respecto a las noticias, en Colombia el 93% de cibermedio se dedican a este tipo de contenido y el 80% en Ecuador. En el ámbito deportivo existen también mayor número de cibermedios en Colombia (93%) en relación con Ecuador (60%). Así mismo, en entretenimiento, programación infantil, política y economía es mayor el porcentaje de cibermedios en Colombia en comparación con Ecuador. En general los contenidos si son variados entre los medios digitales de ambos países.

3.1.3 Característica de la portada de los cibermedios

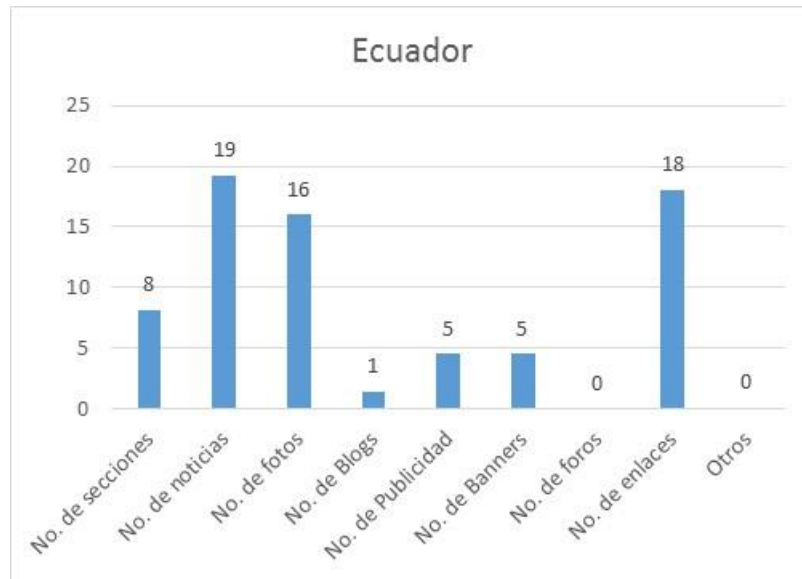


Figura 5: Contenido promedio de los recursos en la portada de los cibermedios - Ecuador
Fuente: Ficha de observación
Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

La investigación del contenido de la portada de los cibermedios nativos digitales se lo realizó entre finales del mes de mayo, y los meses de junio y julio. En la portada de los cibermedios nativos digitales de Ecuador que fueron analizados, lo que más se evidencia es el número de noticias, ya que tienen en un promedio de 19 notas cada medio, seguido de un promedio de 18 enlaces, 16 fotos, 8 secciones; publicidad y banner tienen en un promedio de 5 cada una, estos resultados son corroborados con las respuestas que dieron en las entrevistas los administradores, en el caso de *Infórmate y Punto* y *Barra espaciadora*, dijeron que para ellos mantener el cibermedio no es rentable, porque sólo se puede tener ingresos de las publicidades pero que esto no es mayor.

Los blogs no son muy utilizados en los cibermedios ecuatorianos, solo tienen un promedio de un blog, mientras que ninguno mantiene foros para que participen los usuarios. Un blog es otra de las herramientas de comunicación digital más utilizadas en la Red. En ellos el autor recopila y publica información sobre un tema concreto. Existen infinidad de temas y no tienen que ajustarse necesariamente a uno sólo. El emisor del mensaje puede dar la opción al receptor de comunicarse con él. Esto puede hacerse a través de un apartado de comentarios o directamente por email.

Mientras tanto, un foro de Internet es un sitio de discusión online asincrónico donde las personas publican mensajes alrededor de un tema, creando de esta forma un hilo de conversación jerárquico.

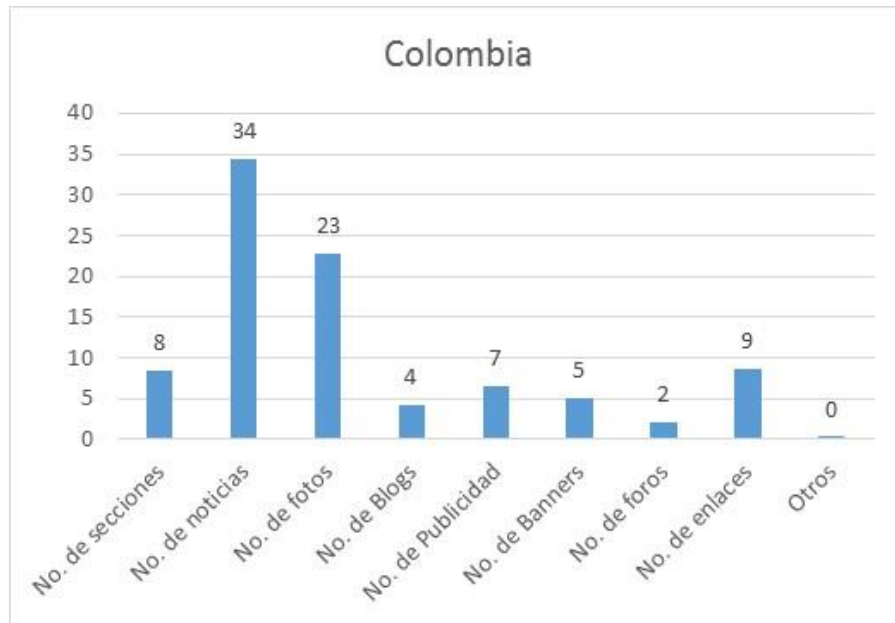


Figura 6: Contenido promedio de los recursos en la portada de los cibermedios - Colombia
 Fuente: Ficha de observación
 Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

En el caso de los cibermedios digitales nativos de Colombia, se evidencia que tienen un promedio de 34 noticias en su portada, 23 fotos en promedio, 9 secciones e igual valor en cuanto al número de enlaces, cuentan también con 7 publicidades en promedio, 5 banners, 4 blogs y 2 foros. En este caso, el administrador de *Nuevo Siglo*, considera que contar con foros es importante, debe ser la característica de los cibermedios y brindar un espacio para contar con la opinión de los usuarios. El representante de *La Vanguardia*, dice que su medio poco a poco va ganando espacio entre los usuarios, a tal punto que mantiene una buena publicidad y los ingresos van mejorando, señala también que se han establecido como meta que hasta finales del 2017 deben contar mínimo 20 publicidades y para ello se han tomado nuevas estrategias (no las quiso detallar para no dar ventaja a la competencia).

Análisis comparativo

Analizando los cibermedios de Ecuador y Colombia, se obtiene un promedio de los recursos existentes en la portada, y se determina que existe una diferencia en cuanto a las

características, pues en el caso de los cibermedios de Colombia, tienen un promedio de 9 secciones, mientras que en Ecuador fluctúa por un promedio de 8. En cuanto al número de noticias, en los cibermedios de Colombia tienen un promedio de 34 noticias diarias, aunque algunas se mantienen por más de dos días, en los ecuatorianos hay 19 notas e igualmente las noticias destacadas permanecen en la portada por algunos días. El número de fotos también es mayor en el caso de los cibermedios colombianos pues bordean un promedio de 23 fotos, mientras que en los ecuatorianos existen alrededor de 16 fotos. Respecto a la publicidad, en los colombianos existe un promedio de 7 publicidades, en los ecuatorianos 5 publicidades.

En cuanto a los banners, tanto en los cibermedios de Colombia y Ecuador se observan un promedio de 5 banners. Así mismo, en el número de foros que tienen los cibermedios, en los colombianos tienen un promedio de 2 foros, pero en los ecuatorianos no existe ningún cibermedio que cuente con foros. En los números de enlaces de los cibermedios de Ecuador, fluctúan por los 19 enlaces, en los colombianos están en un promedio de 9 enlaces.

En general, se determina que las portadas de los cibermedios colombianos son mejor diseñadas que la de los ecuatorianos, porque se debe considerar que las fotografía atrae más a los usuarios; así mismo, contar con blogs y foros les brinda una ventaja porque los internautas pueden exponer su criterio en relación a determinado tema y no solamente dedicarse a leer lo que otros escriben.

3.1.4 Recursos que emplean los cibermedios

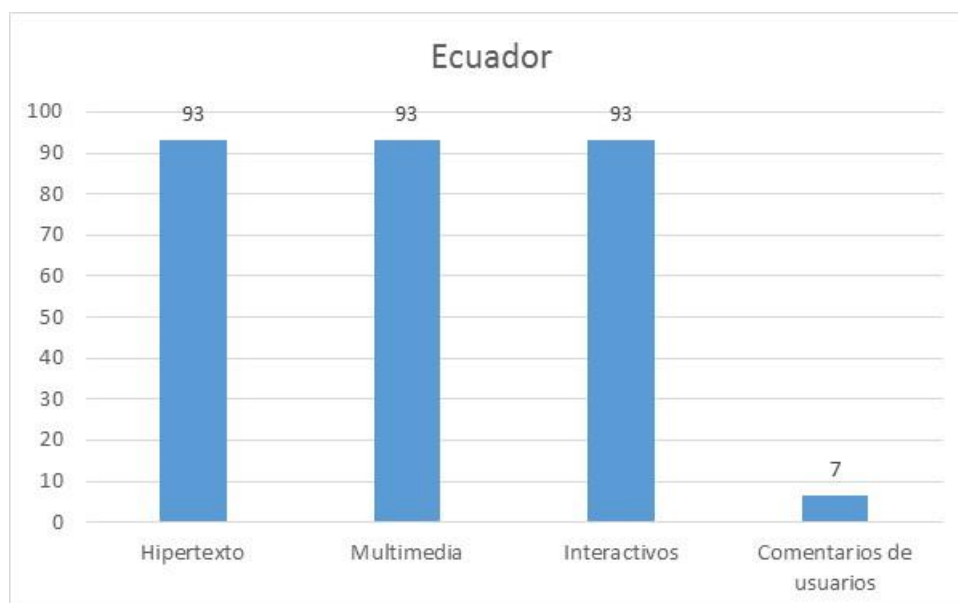


Figura 7: Recursos que emplean los cibermedios - Ecuador
 Fuente: Ficha de observación
 Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Los cibermedios nativos digitales ecuatorianos utilizan en un 93% recursos como: hipertexto, multimedia e interactivos. En cuanto a los multimedia están relacionados con audio y video; los interactivos se relacionan con chat en línea, uso de correo electrónico.

Un 7% de cibermedios emplean los comentarios de usuarios, estos datos se comprueban con los resultados en cuanto a las características de la portada, donde se mostraba que no se utilizan los foros dentro de los cibermedios ecuatorianos.

En el caso de *La República e Infórmate y Punto*, dicen que no emplean los comentarios de los usuarios, porque algunas veces escriben para ofender, no hacen uso correcto de la libertad de expresión, sino que hieren sensibilidades.

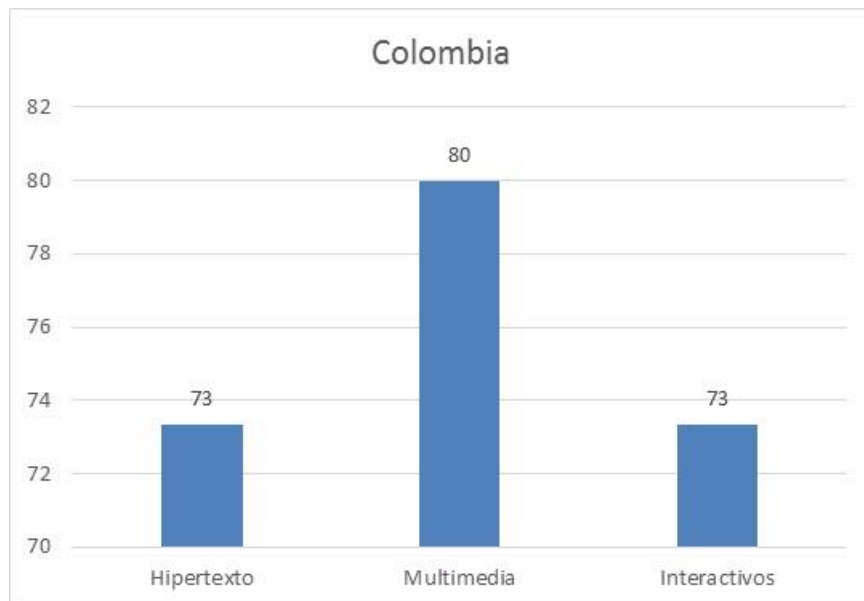


Figura 8: Recursos que emplean los cibermedios - Colombia

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

En el caso de los cibermedios nativos digitales de Colombia, utilizan en un 80% la multimedia, relacionada específicamente con audio y video; igualmente en un 73% emplean lo que es el hipertexto y los interactivos, en el caso del hipertexto los lleva a los usuarios a otros contenidos, enlaces que amplían la nota que se encuentra en la portada, y los interactivos se refiere a los chat en línea, blog, foros. Esto se verifica con los resultados de la característica de la portada, porque gran parte de los cibermedios utilizan los foros y los blogs para que los usuarios puedan expresar su sentir y criterios.

Análisis comparativo

El Hipertexto es un recurso empleado en un 93% por los cibermedios ecuatorianos, en comparación con el 73% que lo usan los colombianos, idénticos porcentajes se reflejan en cuanto a los recursos interactivos; así mismo, referente a los multimedia existe mayor utilización en los cibermedios ecuatorianos con el 93% en comparación con el 80% de los cibermedios colombianos.

3.1.5 Contacto cibermedio – usuario

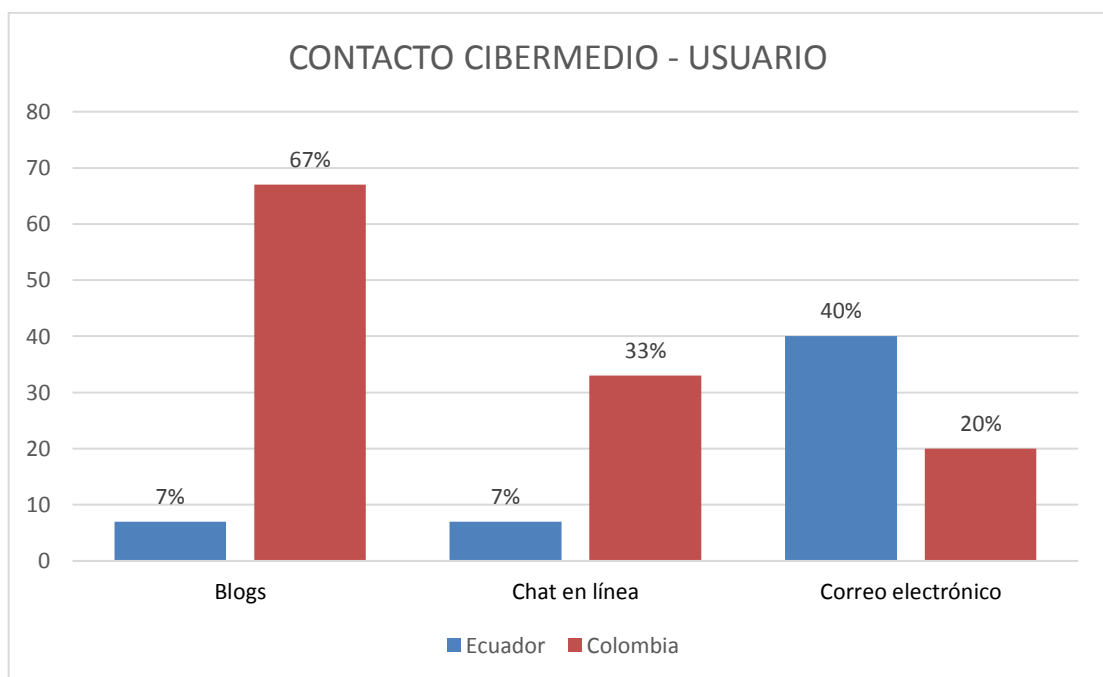


Figura 9: Contacto cibermedio – usuario – Ecuador - Colombia

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

En el caso de los cibermedios de Ecuador que formaron parte de la muestra, la manera de mantener contacto entre el cibermedio – usuario, es el correo electrónico, que lo usan el 40% de los cibermedios, seguido del chat en línea en un 7% al igual que los blogs. El administrador de *Infórmate y Punto* y *La Barra Espaciadora* en la entrevista realizada manifiestan que no hacen uso de chats en línea porque para ello necesitarían una persona que esté ahí en contacto con los usuarios y esos les genera egresos en sueldo, aunque si piensan a futuro incrementar este aspecto a su página.

Los cibermedios colombianos hacen uso en un 67% de los blogs para estar en contacto con los usuarios, seguido con un 33% están aquellos que utilizan el chat en línea, en un 20%

emplean el correo electrónico. El administrador de *El Portafolio* señala su política es interactuar y conocer el criterio de los usuarios y que por eso emplean el blogs, ya que el éxito de un cibermedio no depende de quien más información tenga en su página sino del espacio que se le brinde al usuario.

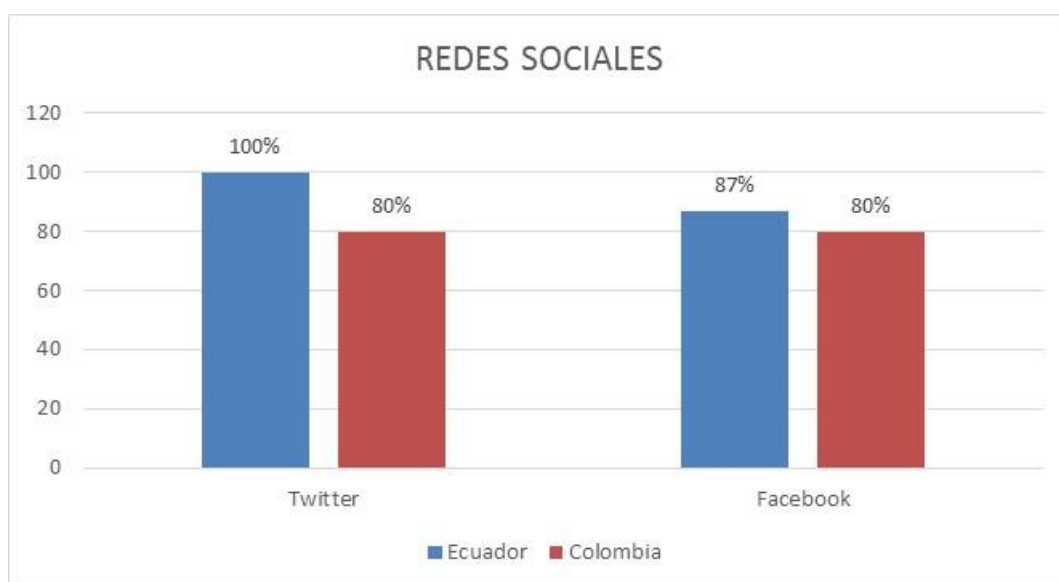


Figura 10: Contacto mediante redes sociales cibermedio – usuario - Ecuador - Colombia
Fuente: Ficha de observación
Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

En lo referente al contacto que mantiene el cibermedio con los usuarios a través de redes sociales, en el caso del 100% de los cibermedios de Ecuador están en contacto mediante el Twitter, y en un 87% emplean el Facebook. Es decir, que los cibermedios ecuatorianos le dan más importancia a las redes sociales para mantener contacto con los usuarios antes que a recursos como foros, blogs, chat en línea.

Referente al uso del Facebook y Twitter de los cibermedios de Colombia, los datos estadísticos demuestran que si son empleados en un 80% porque según dice el administrador de *Nuevo Siglo*, se tiene que enfocar a todos los públicos y mediante las redes sociales se logra captar usuarios jóvenes.

Al preguntar sobre la forma de estar en contacto con los usuarios, los administradores de los tres cibermedios entrevistados: *La República*, *Infórmate y Punto* y *La Barra Espaciadora* coincidieron al manifestar que ellos emplean las redes sociales, porque ahí se puede estar en contacto con los más jóvenes, mientras que con las personas maduras, profesionales, etc., ellos acceden a la página para informarse de lo que necesitan saber, lo que no sucede con

los jóvenes y adolescentes, que prefieren ver las notas de manera resumida ya sea en Facebook y Twitter.

Análisis comparativo

Referente a los recursos que utilizan los cibermedios para estar en contacto con los usuarios, los ecuatorianos emplean más las redes sociales como Facebook y Twitter en comparación con los colombianos; los recursos más formales como el blog es utilizado mayoritariamente por los cibermedios de Colombia en un 67%, mientras que en Ecuador lo emplean solo en un 7% de cibermedios. El chat en línea lo utilizan más los colombianos y en mínimo porcentaje los ecuatorianos. El correo electrónico es empleado en un 40% por los cibermedios de Ecuador, en relación con el 20% de los colombianos. Los cibermedios de Colombia utilizan más que en Ecuador lo referente a las votaciones de usuarios.

3.1.6 Suscriptores



Figura 11: Suscriptores de los cibermedios - Ecuador

Fuente: Ficha de observación

Elaborado: Silvio Bosco González Ramón

Referente a los suscriptores, en el caso de los cibermedios ecuatorianos se determina que tienen un promedio de 10.024 suscriptores gratis, mientras que en los cibermedios de Colombia, no tienen visible esta información en su portada.

Al preguntar sobre la cantidad de suscriptores, el administrador de *La Vanguardia* manifestó que esa información no la revelan porque no quieren que la competencia actúe de manera desleal al saber la gran acogida que tienen por parte de la población.

3.2. Discusión de resultados

Los cybermedios constituyen la revolución de las telecomunicaciones, porque a través de la tecnología han sido capaces de fusionar medios impresos, audiovisuales y otros elementos que permiten informar, divertir, entretener a la población.

De acuerdo a los resultados se puede determinar que estos recursos son recientes, puesto que la mayoría de Ecuador, que fueron analizados, está entre 1 a 6 años de creación, mientras que en Colombia, tienen 4 años. Dicha información se la corrobora con la entrevista realizada a los administradores de los tres cybermedios, en el caso de Ecuador a: *La República*, *Infórmate y Punto* y *La Barra Espaciadora* quienes al contar su historia manifiestan que sacaron su página entre los años 2011 – 2014, cuya idea nació, en vista de que no se permitía libertad de expresión en los medios tradicionales, por eso optaron por esta forma para de alguna manera informar a la ciudadanía. Por su parte, los cybermedios colombianos: *Portafolio*, *La Vanguardia* y *Nuevo Siglo*, aparecen como una forma de luchar con las guerrillas, ellos inicialmente empezaron informando sobre las situaciones que vivía Colombia en aquellos tiempos, referente a los secuestros y la violencia que ocasionaba las FARC.

Se comparte el criterio de Pérez (2009), cuando dice que “los cybermedios permiten que la información que se presenta sea actualizada en tiempo real, por lo tanto la ciudadanía puede conocer lo que se está viviendo” (p. 16); pero algo también importante de estos recursos es que son adaptables a los cambios que le quieran dar sus administradores para solventar las necesidades de los usuarios.

Los datos demuestran que Pérez no se equivoca en su análisis de las características de los cybermedios, recursos que nacen en España, a quienes se les veía la gran utilidad que iban a tener conforme se vayan consolidando en el ciberespacio. Si bien es cierto que son páginas que no tienen mucho tiempo de creación, sin embargo, el desarrollo tecnológico ha permitido su desarrollo y respaldo de los internautas, lo que hace prever que con el paso del tiempo irán ganando mayor espacio y respaldo en la sociedad.

Los cybermedios son muy diversos en sus contenidos y programación, en cuanto a las páginas musicales, en Colombia existe un 73%, pero en Ecuador hay un menor porcentaje (13%). En

cuanto a los noticiosos, en Colombia el 93% se dedican a este tipo de programación y el 73% en Ecuador. En el ámbito deportivo existe un 93% de cibermedios en Colombia en relación con el 60% de Ecuador. Así mismo, en entretenimiento, programación infantil, política, periódico, economía y películas es mayor el porcentaje de cibermedios en Colombia en comparación con Ecuador; por su parte en cuanto a agregador de noticias, tiene más Ecuador que Colombia; y en programación religiosa y otro tipo existe igualdad de medios entre los dos países que forman parte del presente análisis.

Los administradores de los cibermedios colombianos *Portafolio* y *La Vanguardia*, manifestaron que tienen contenido variado, es decir, que está dividido por secciones, entre ellas deportiva, noticias, farándula, entretenimiento, política, entre otras. Esta variedad se debe a la necesidad de contar con una página para los diferentes tipos de usuarios, y que puedan acceder sin mayores restricciones tanto niños, adolescentes y adultos; aunque algunos si han pensado en mejorar el contenido, para que se vuelva más interesante.

Mediante los cibermedios se hace realidad el sueño para muchos, relacionado con la libertad de expresión, como no se puede hacer en los medios tradicionales. Estos medios les permiten a sus dueños, recibir y/o transmitir información, hace posible que los usuarios accedan inmediato a archivos de información (Montiel, 2010). El carácter participativo e interactivo de estos nuevos medios apunta en dos direcciones: “la personalización e individualización” (González, 2010, p. 444), acordes con las tendencias que también experimenta la propia sociedad en su seno.

Es decir, que los responsables de los cibermedios, se llevan del criterio de Gonzales y Montiel, y es por este motivo, que su plataforma es variada en su contenido, tratan de hacerla novedosa para captar seguidores. Es notorio el énfasis que han puesto en estos nuevos recursos de comunicación, porque no solo se enfocan en un aspecto en particular, sino que su contenido es diversificado, lo que constituye la piedra angular para conseguir un impacto social y cultural en los ciudadanos. Se busca tener “conectado” al internauta mediante sus contenidos.

Referente a la portada de los cibermedios de Ecuador y Colombia, se puede observar una mínima diferencia en cuanto a las características, pues en el caso de los cibermedios de Colombia, tienen un promedio de 8.5 secciones, mientras que en Ecuador fluctúa en un promedio de 8.2. Precisamente esto demuestra, la diversidad del contenido que tienen estos recursos tecnológicos con el fin ser más novedosos y tener más seguidores, lo que precisamente confirman los administradores en la entrevista realizada.

En cuanto al número de noticia, en los cybermedios de Colombia tienen un promedio de 34.4 noticias, en los ecuatorianos hay un 19.2. El número de fotos también es mayor en el caso de los cybermedios colombianos pues bordean un promedio de 23 fotos, mientras que en los ecuatorianos existen alrededor de 16 fotos. En el mayor de los casos, se muestra que la página de inicio contiene directamente noticias relevantes de diferente índole, esto constituye la carta de presentación de los cybermedios, El administrador de *El Portafolio* señala que su política es interactuar y conocer el criterio de los usuarios y que por eso emplean el blogs, ya que el éxito de un cybermedio no depende de quien más información tenga en su página sino del espacio que se le brinde al usuario.

Una vez más, se confirma el criterio que González (2010), tiene sobre los cybermedios, cuando dicen que “tienen que esta al servicio del usuario” (p. 44), porque el tiempo de ocio de los usuarios debe ser bien invertido a través de hábitos de consumo y entretenimiento que puede brindar los cybermedios. Un simple vistazo a los contenidos más visitados en la red apunta directamente hacia esa temática y una buena estrategia, que marca la diferencia en los cybermedios, es que la parte informativa, se la presenta fórmulas más livianas, más entretenidas.

Referente al número de blogs, en los cybermedios de Colombia tienen alrededor de 4 blogs, en los de Ecuador hay un promedio de 1.4. Así mismo, en el número de foros que tienen los cybermedios, en los colombianos tienen un promedio de 2.1 foros, pero en los ecuatorianos no existe ningún cybermedio que cuente con foros. En este aspecto, en la entrevista los administradores de los medios de Colombia *Portafolio* y *La Vanguardia* manifestaron que es un factor importante que ayuda a conocer el criterio del internauta; mientras que en el caso de los ecuatorianos, no le dan mayor importancia y en su mayoría no cuentan con estos recursos en su portada, porque creen que aún no existe una buena responsabilidad de los usuarios y emiten criterios que dañan u ofenden, entonces que por ese motivo prefieren no disponer de estos apartados.

Si se habla de libertad de expresión, personalmente se piensa que se podría contar con foros o blogs para que los usuarios emitan su criterio, y es cuestión de saber depurar los comentarios, y tomar aquellos que ayuden a mejorar, olvidando los que no son pertinentes; porque bien lo manifiesta González (2009), los cybermedios se han convertido “no sólo en una forma de ocio, sino hasta en una nueva forma de socialización” (p. 445), por lo tanto constituye el recurso para dar a conocer las opiniones de aquellos que quizá no lo puedan hacer mediante otro medio; solo es cuestión de limitar la participación solo a quienes están suscritos

y para la suscripción se tendría que poner algún tipo de condiciones, tema que será analizado más adelante.

Respecto a la publicidad, en los cibermedios de Colombia existe un promedio de 6 publicidades, en los ecuatorianos alrededor de 4. Los banners se observan en un promedio de 5 en los colombianos y 4 en los de Ecuador.

En los números de enlaces de los cibermedios en el caso de Ecuador, fluctúan por los 19 enlaces, en los colombianos están en un promedio de 8, así mismo con valores superiores están los cibermedios ecuatorianos en cuanto a Facebook y Twitter, mientras que en Instagram, YouTube y otros, son herramientas empleadas mayoritariamente por los cibermedios colombianos.

Es notorio, como los cibermedios van ganando espacio, y se convierten en una fuente de publicidad y venta, pues bien lo señala Cebrián (2009), que estas herramientas a más de ser productores y emisores de contenidos también sirven para difundir un producto o servicio, a través de la combinación de recursos para llegar al usuario.

Referente a los recursos que utilizan los cibermedios para estar en contacto con los usuarios, el 100% de los ecuatorianos emplean Twitter, en comparación con el 80% de los colombianos; Facebook lo emplean mayoritariamente (87%) los cibermedios de Ecuador en relación con el 80% de los cibermedios de Colombia. Estos mismos recursos que se pudo detectar mediante la observación en la portada, se pudo corroborar con las respuestas en la entrevista efectuada a los administradores, tanto de los tres cibermedios de Ecuador como de Colombia; ya que según los administradores de *La República*, *Infórmate y Punto* y *La Barra Espaciadora* (Ecuador) coincidieron al manifestar que ellos emplean las redes sociales, porque ahí se puede estar en contacto con los más jóvenes, mientras que con las personas maduras, profesionales, etc., ellos acceden a la página para informarse de lo que necesitan saber, lo que no sucede con los jóvenes y adolescentes, que prefieren ver las notas de manera resumida ya sea en Facebook y Twitter.

En este sentido, los administradores y/o dueños de los cibermedios están en lo correcto, porque tal como lo señala Cebrián (2009) las redes sociales han revolucionado el mundo, porque a más de entretener también informan mediante un modelo de comunicación interactiva interpersonal; por lo tanto, ayuda al cibermedio a difundir su contenido y ganar mayor espacio en el ciber mundo.

Son varios los recursos que emplean estos medios de comunicación para estar en contacto con los usuarios, pero más variedad tienen los cibermedios de Colombia y precisamente lo hacen, porque según manifiestan en la entrevista el administrador de *El Portafolio*, que su política es interactuar y conocer el criterio de los usuarios y que por eso emplean el blogs, ya que el éxito de un cibermedio no depende de quien más información tenga en su página sino del espacio que se le brinde al usuario.

Se tiene que comprender que a los internautas les gusta sentirse parte del cibermedio, tal como lo menciona Codina (2016), la importancia de la interacción radica en que “es el mismo usuario el que debe proporcionar y estar dispuesto a realizar las actividades interactivas, utilizando para estos las mediaciones digitales-perspectivas, que generan gran cantidad de representaciones simbólicas donde se hace más ameno el proceso” (p. 14).

De acuerdo a los resultados se ha demostrado, que el contacto entre cibermedio e internautas está condicionada más a la predisposición del usuario de realizar las actividades interactivas, utilizando para esto las mediaciones digitales-perspectivas, que generan gran cantidad de representaciones simbólicas donde se hace más ameno el proceso.

Referente a las suscripciones gratuitas, en el caso de los cibermedios ecuatorianos se determina que tienen un promedio de 10.024 registrados, mientras que en los de Colombia, no tienen visible esta información en su portada. Al preguntar sobre la cantidad de suscriptores, el administrador de *La Vanguardia* manifestó que esa información no la revelan porque no quieren que la competencia actúe de manera desleal al saber la gran acogida que tienen por parte de la población, así mismo señala que los usuarios pueden acceder a suscripciones especiales, por las cuales deben cancelar un valor anual de 15.000 pesos, y con ello tienen acceso a contenidos preferencial, aunque no conocen en el ranking que se encuentran, pero en el caso *La Vanguardia*, manifiesta que por el número de suscriptores que tienen les indica que son de los más visitados.

Los cibermedios al igual, que cualquier otro medio, requiere contar con recursos de financiamiento, y una forma es mediante las suscripciones pagadas, las cuales dan mayores beneficios que a los suscriptores gratis, y cuyos valores sirven para solventar gastos de personas y otros costos.

CONCLUSIONES

1. Los cibermedios de Ecuador son más antiguos que los colombianos, tienen un promedio de 6 años de creación; pero los cibermedios de Colombia tienen mayor variedad en cuanto al contenido de su página.
2. Referente a la portada se observa que los cibermedios de Colombia, tienen más secciones en un promedio de 9 secciones, mientras que en Ecuador un promedio de 8; esto puede ser porque los cibermedios de Colombia tienen organizado su contenido en diferentes ámbitos para brindar mayor facilidad de navegación a los internautas, detalles estos, que aún les falta por mejorar en el caso de los cibermedios de Ecuador.
3. En cuanto al número de noticias, videos y fotos también tienen en mayor cantidad los cibermedios de Colombia en relación con los cibermedios de Ecuador. Quizá esto se deba a que precisamente los cibermedios de Colombia tienen mayores secciones y contenidos.
4. En el caso de los cibermedios de Colombia existe mayor interacción con los usuarios, ya que cuentan con chat en línea, foros, blogs, en comparación con los de Ecuador que utilizan más Facebook y Twitter.
5. Se evidencia que tanto en los cibermedios de Ecuador y Colombia hacen uso de la hipertextualidad, lo que permite a los usuarios navegar y obtener información de manera más rápida, sin perder tiempo en la búsqueda a través de la Red.
6. En la portada de los cibermedios ecuatorianos: *El Productor*, *Cero Latitud*, *La barra espaciadora*, se puede evidenciar el número de visitantes gratis, más no los pagados; pero en los colombianos no se observa ningún tipo de suscriptores, aunque si tienen, según lo manifiestan los propios administradores.

RECOMENDACIONES

1. Que los cibermedios de Ecuador hagan más diverso el contenido de las portadas, con el fin de incrementar el número de visitantes.
2. Que en Ecuador, los cibermedios organicen el contenido de sus páginas a través de secciones, mismas que deben ser variadas tomando en cuenta los diferentes gustos y preferencias de los usuarios.
3. Que en la portada, los cibermedios ecuatorianos, mejoren en cuanto al número de noticias y multimedia: fotos y videos, con el fin de generar una mejor impresión en el internauta.
4. Que se incorpore en la portada de los cibermedios ecuatorianos, recursos como blogs, foros, comentarios, para conocer más de cerca el criterio del usuario y tomarlo en cuenta al momento de establecer mejoras.
5. Que tanto los cibermedios de Ecuador y Colombia, mantengan el hipertexto como recurso primordial en sus páginas, ya que mediante los vínculos, mensajes dinámicos, multimediativos, fácticos, y procesos veloces de acceso a mundos y realidades lejanas en el espacio, permite al usuario tener acceso en segundos.
6. Que los cibermedios tanto de Ecuador y Colombia, establezcan estrategias y herramientas que les permita medir el ranking general de popularidad de sus páginas.

BIBLIOGRAFÍA

- Andes. (2015). *Ecuador uno de los países de América Latina en que más creció el acceso al Internet en los últimos tres años*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-uno-paises-america-latina-mas-crecio-acceso-internet-ultimos-tres-anos.html>
- Aranda, M. (2011). *El Internet como medio de comunicación*. Obtenido de <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/200/medios-de-comunicacion-prensa-television-internet-radio>
- Arias, A. (2010). *Los cibermedios en Colombia y el mundo: caso diario digital La Libertad y el New York Times*. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/11/articulos/los-cibermedios-en-colombia-y-el-mundo-caso-diario-digital-la-libertad-y-el-new-york-times.pdf>
- Arranz, J. (2007). *Internet y la Web 2.0*. Obtenido de <http://www.avpap.org/documentos/jornadas2007/internet.pdf>
- Barredo, D., & Díaz, E. (2016). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016). *RLCS*, 21-28.
- Barrios, A. (2015). *La radio colombiana frente al reto digital*. Obtenido de <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/34367/39486>
- Bohorquez, E. (2015). *Cómo llega el Internet a Colombia*. Obtenido de <https://informicaymultimedia.wordpress.com/como-llega-el-Internet-a-colombia/>
- Cabrera, Á. (2014). *Evolución de los cibermedios: de la convergencia digital a la distribución multiplataforma*. Madrid: Fragua.
- Carmona, B. (2016). *Viaje hacia la transformación digital en Colombia*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/transformacion-digital-colombia-493151>
- Cebrián, M. (2009). *Comunicación interactiva en los cibermedios*. España.
- Chirino, G. V. (2008). *Métodos Didácticos*. España: Morata.
- CNN. (2013). *Nativos digitales ¿quiénes son y que significa*. Obtenido de <http://cnnespanol.cnn.com/2013/01/25/nativos-digitales-quienes-son-y-que-significa/>
- Codina, L. (2016). Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). Colombia. Obtenido de <https://www.lluiscodina.com/los-cibermedios-la-importancia-estrategica-del-posicionamiento-buscadores-seo/>

- Contexto digital. (s.f.). *Biblioteca nacional de Colombia*. Obtenido de <http://www.bibliotecanacional.gov.co/content/contexto-digital>
- Coronel, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales en Ecuador. *Pauta Geral*, 51-72.
- Diario El Comercio. (17 de 08 de 2014). *El uso de Internet en Ecuador creció 11 veces en siete años*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>
- Díaz, J., & Gaona, C. (2014). *Creatividad e innovación en el espacio universitario*. Madrid: ACCI.
- Díaz, R. (2011). *Avances y desafíos en los cibermedios*. Obtenido de <https://periodismoglobal.files.wordpress.com/.../avances-y-desafios-en-los-cibermedio...>
- Ecuavisa-artículo. (2015). *Usabilidad de Internet se incrementa en el Ecuador, según el INEC*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/106184-usabilidad-internet-se-incrementa-ecuador-segun-inec>
- El Universo. (20 de 05 de 2015). *46% de la población tiene acceso a Internet*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/20/nota/4892016/46-poblacion-tiene-acceso-internet>
- Escobar, A., & Peña, L. (2010). *Los cibermedio en Colombia*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjo6tzYy7PRAhVE4iYKHfY3DCgQFgggMAE&url=https%3A%2F%2Fguayacan.uninorte.edu.co%2Fdivisiones%2Fiese%2Fflumen%2Fediciones%2F11%2Farticulos%2Flos-cibermedios-en-colombia-c>
- Fabrizi, M. (2015). *La técnicas de investigación: la observación*. Obtenido de <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri1.htm>
- Falla, S. (2006). *La historia de Internet*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/internethis/>
- Fundamedios. (31 de agosto de 2015). *Listado de medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de <http://www.fundamedios.org/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Galán, M. (2009). *La entrevista en investigación*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73102009000100005
- González, P. (2010). Lo medios de comunicación en la era digital. *Signos y pensamientos*, 444 - 445.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: The McGraw-Hill.
- Historia tecnológica. (s.f.). *25 años de la apertura al mundo de la World Wide Web: así fueron sus primeros pasos en 1991*. Obtenido de <https://www.xataka.com/historia-tecnologica/25-anos-de-la-apertura-al-mundo-de-la-world-wide-web-asi-fueron-sus-primeros-pasos-en-1991>
- Iglesias, M. (2012). *Rutinas productivas de un cibermedio nativo digital*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/971/97124309002/>
- Jaramillo, A. (28 de abril de 2016). Hay más medios nativo digitales, pero su sostenibilidad es difícil. *El Comercio*, pág. 8.
- Jaramillo, Á., & Martínez, J. (2010). *El desarrollo de los diarios digitales en Colombia*. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/11/articulos/el-desarrollo-de-los-diarios-digitales-en-colombia-caso-diario-del-sur-y-diario-el-mundo.pdf>
- Kazez, R. (2009). *Los estudios de casos y el problema de la selección de la muestra. Aportes del sistema de matrices de datos* Los estudios de casos y el problema de la selección de la muestra. *Aportes del sistema de matrices de datos*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73102009000100005
- Lamarca, M. (2013). *Historia de la WWW*. Obtenido de http://www.hipertexto.info/documentos/h_www.htm
- Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, R., Kleinrock, L., Lynch, D., . . . Roberts, L. (2017). *Breve historia de internet*. Obtenido de <https://www.Internetsociety.org/es/breve-historia-de-Internet>
- Lozano, F. (2017). *Reseña de tipología de los cibermedios periodísticos de Ramón Salaverría*. Obtenido de <http://convermedia.pe/2017/01/06/resena-de-tipologia-de-los-cibermedios-periodisticos-de-ramon-salaverria/>
- Martínez, V., Juanetey, O., Crespo, V., & Mahaud, M. (2015). *Prensa nativa digital y redes sociales*. Obtenido de <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/105/96>
- MINTIC. (s.f.). *La necesidad de masificar Internet en Colombia*. Obtenido de El plan Vive Digital: <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-1513.html>
- Montiel, M. (2010). Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación . Venezuela.
- Morán, S. (2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de <http://www.fundamedios.org/el-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Moreira, N. (2015). *Problemas y retos a los que se enfrentan los medios de comunicación tradicional*. Obtenido de

- <https://noemimoreira25.wordpress.com/2015/06/05/problemas-y-retos-a-los-que-se-enfrentan-los-medios-de-comunicacion-tradicionales/>
- Navarro, L. (2013). La investigación del ciberperiodismo en América Latina. *Questión*, 364-375.
- Nereida, M. (2013). Economía de los cibermedios: modelo de ingresos y fuentes de financiamiento. España.
- Nulivalue. (2001). *Países andinos se enfrentan en nuevas tecnologías*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-596491>
- Padilla, B. (2012). *Características de los cibermedios*. Obtenido de informaticaes.wikispaces.com/file/view/medios+digitales.pdf
- Pérez, G. (2004). *Modelos de investigación cualitativa*. Madrid: Narcea.
- Pérez, L. (2009). *Ciberperiodismo*. Obtenido de <http://luis-ciberperiodismo.blogspot.com/2009/03/caracteristicas-de-los-cibermedios.html>
- Portal TIC. (s.f.). *El CERN habilita la primera URL de la historia para conmemorar la World Wide Web*. Obtenido de <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-cern-habilita-primera-url-historia-conmemorar-world-wide-web-20130430161046.html>
- Posso, M. (2011). *Proyecto, tesis y marco lógico*. Quito: Noción Imprenta.
- Ramírez, D. (2015). *Ciberrádios Universitarias de Colombia. Análisis de las herramientas digitales, interactividad, convergencia y transmedialidad*. Obtenido de <http://www.alaic2015.eci.unc.edu.ar/files/ALAIC/EJE6/alaic%206-10.pdf>
- Rivera, D. (2011). *Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación*. Obtenido de <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3712/RiveraRogel.pdf?sequence...>
- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen.
- Rivera, J., & Chávez, M. (2012). *Mapa de los medios digitales de Ecuador 2012*. Quito: CIESPAL.
- Robles, O. (2000). *Evolución del Internet en América Latina y El Caribe*. Obtenido de https://interred.files.wordpress.com/2007/02/evolucion_de_internet_en_america_latina_a_y_el_caribe.pdf
- Rojas, E., Poveda, L., & Grimblatt, N. (2016). *Estado de la banda ancha en América Latina y El Caribe 2016*. Obtenido de <http://www.infobae.com/america/america-latina/2016/09/13/informe-cepal-crecio-el-uso-de-Internet-en-america-latina-pero-sigue-con-baja-velocidad/>
- Rubio, Á. (2010). *Historia e Internet: aproximación al futuro de la labor investigadora*. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/hcs/angel/articulos/historiaeinternet.pdf>

- Ruiz, R. (2007). *Historia y evolución del pensamiento científico*. Obtenido de Eumed.net - Enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
- Said, E., Arcila, C., & Méndez, J. (2011). *Desarrollo de los cibermedios en Colombia*. Obtenido de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2011/enero/06.html>
- Salaverría, R. (2015). *Ciberperiodismo como Ramón Salaverría*. Obtenido de <http://www.utpl.edu.ec/comunicacion/ciberperiodismo-con-ramon-salaverria/>
- Salaverría, R., & Cores, R. (2012). *Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos*. Obtenido de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf
- SINC. (2009). *Los medios de comunicación pueden provocar que la sociedad justifique sutilmente la violencia de género, según un estudio*. Obtenido de <http://www.agenciasinc.es/Noticias/Los-medios-de-comunicacion-pueden-provocar-que-la-sociedad-justifique-sutilmente-la-violencia-de-genero-segun-un-estudio>
- Soriano, J. (2009). *Historia de Internet en América Latina y El Caribe*. Obtenido de <https://interred.files.wordpress.com>
- Velasco, J. (2014). *Historia de la tecnología: 25 años de World Wide Web*. Obtenido de <https://hipertextual.com/2014/03/world-wide-web-25-aniversario>
- Verasteguí, J. (2009). *Ciberperiodismo*. Obtenido de <http://luis-ciberperiodismo.blogspot.com/2009/03/caracteristicas-de-los-cibermedios.html>
- Villacis, B. (2011). *3 de cada 10 ecuatorianos utilizan Internet, en dos años la cifra aumento en más de medio millón de personas*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=42%3A3-de-cada-10-ecuatorianos-utilizan-internet-en-dos-anos-la-cifra-aumento-en-mas-de-medio-millon-de-personas&catid=63%3Anoticias-general
- Vizcaíno, R. (2007). *El hipertexto en los géneros informativos*. España: Universidad Rey Juan Carlos.
- www.clasesdeperiodismo.com. (s.f.). *10 plataformas que las redacciones pueden usar para transmitir en vivo*. Obtenido de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/02/10/10-plataformas-que-las-redacciones-pueden-usar-para-transmitir-en-vivo/>
- www.eltiempo.com. (21 de julio de 2016). *En Colombia, 19,4 millones de personas no utilizan Internet*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16649959>
- Zárate, P. (2016). *Primer estudio de medios digitales y periodismo en América Latina*. Obtenido de <https://www.ida.cl/blog/marketing-digital/medios-digitales-periodismo-america-latina/>

ANEXOS

Anexo 1: Ficha de observación

MATRIZ DE DATOS CIBERMEDIOS DE ECUADOR																																																										
INFORMACIÓN DEL MEDIO					TIPO DE PROGRAMACIÓN										CARACTERÍSTICAS DE LA PORTADA DEL CIBERMEDIO											RECURSOS QUE EMPLEAN			CONTACTO CIBERMEDIO - USUARIO					SUSCRIPTORES		OBSERVACIONES																						
No.	NOMBRE DEL CIBERMEDIO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	FECHA DE CREACIÓN	PAÍS	CIUDAD	Musical	Noticias	Deportiva	Entretiene	Religiosa	Programación infantil	Política	Periodico	Agregador de noticias	Economía	Peliculas	Otros	No. de secciones	No. de noticias	No. de fotos	No. de Blogs	No. de Publicidad	No. de Banners	No. de foros	No. de enlaces	Facebook	Twitter	Instagram	Google	YouTube	Otros	Hipertexto	Multimedia	Interactivos	Comentarios de usuarios		Twitter	Facebook	Blogs	Chat en línea	Correo electrónico	Votaciones de usuario	EMOTICO M	CANTIDAD PAGADOS	CANTIDAD GRATIS													
1	Ecuadorinmediato	http://www.ecuadorinmediato.com		Ecuador	Quito		1					1	1	1	1		1	5	23	9	0	10	10	0	10										1																No se observa información sobre los suscriptores. Permite ver emisiones anteriores, permite registrarse, servicio social, videos online, sección de entrevistas							
2	La República	http://www.larepublica.ec	2014	Ecuador	Guayaquil		1	1	1			1	1	1	1		1	11	37	27	6	2	1	0	37	1	1	1	1	1	1						1	1	1	1	1					1						No se observa información sobre los suscriptores. Permite ver emisiones anteriores, permite registrarse, servicio social, videos online, sección de entrevistas principales tiene 14 subsecciones						
3	Infórmate y punto	http://www.informateypunto.com		Ecuador	Quito		1	1	1	1		1	1	1	1		1	17	25	23	0	2	4	0	12	1	1	1	1	1						1	1														Tiene un segmento con la NOTA POSITIVA. Tiene el servicio de SINDROPIA, que son link a otros medios Radio en vivo							
4	Si se puede	http://www.sisepuedeecuador.net	2006	Ecuador	Guayaquil		1	1	1	1		1	1	1	1		1	8	14	14	0	6	10	0	30	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1														Tiene el pensamiento de la semana						
5	Exacto digital	http://www.exactodigital.com	2015	Ecuador	Quito			1	1	1		1	1	1	1		1	4	43	40	0	6	11	0	46	1	1	1	1	1						1	1													Tiene las noticias más destacadas del día en caracteres que corren en la portada.								
6	Plan V	http://www.planv.com.ec		Ecuador	Quito		1	1				1	1		1		1	6	3	10	1	1	1	0	3	1	1	x	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1											Envía la información al correo de quien se suscribe							
7	Mil Hojas	http://www.milhojas.is	2014	Ecuador	Guayaquil		1	1	1			1	1		1		1	7	8	8	0	1	1	0	4	1	1						1	1	1	1	1													Tiene link de 4 páginas amigas								
8	El Cacaotero	http://www.elcacaotero.com.ec	2013	Ecuador	Guayaquil										1		1	9	11	12	0	1	1	0	9	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1											Información referente a la producción y comercialización de cacao								
9	El Productor	http://elproductor.com		Ecuador	Guayaquil										1		1	10	6	12	0	17	10	0	15	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1026				Información relación con la producción agrícola								
10	Ecuador a Colores	http://www.ecuadoracolors.com		Ecuador	Guayaquil				1								1	0	0	5	0	5	1	0	5	1	1	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					Se puede ver la información en cualquier idioma.								
11	Bendito Futbol	http://www.benditofutbol.com		Ecuador	Quito		1	1										7	11	11	14	1	2	0	1	1	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					Tiene un segmento de las noticias más leídas y las noticias de última hora					
12	Futbol Ecuador	http://www.futbolecuador.com	2015	Ecuador	Quito			1										7	40	26	0	5	5	0	26	1	1		1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					Tiene un segmento de las noticias más leídas y también una encuesta para que la puedan llenar los internautas, sobre temas que varían				
13	Matavilela	http://www.matavilela.com	2014	Ecuador	Guayaquil		1										1	14	6	7			1	15	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					Tiene 714775 visitantes				
14	Cero Latitud	http://www.cerolatitud.ec		Ecuador	Quito		1		1			1			1			8	20	20	0	4	2		20	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	140260					Tiene 115693 visitantes	
15	Al Día	http://www.aldia.ec		Ecuador	Quevedo		1	1	1	1		1		1	1		1	10	41	16	0	7	8	0	50	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					En la portada, las secciones las tiene tanto en la parte superior como en la parte inferior

Anexo 2: Portada del cibermedio Ecuador inmediato - Ecuador



Anexo 3. Portada del cibermedio La República - Ecuador



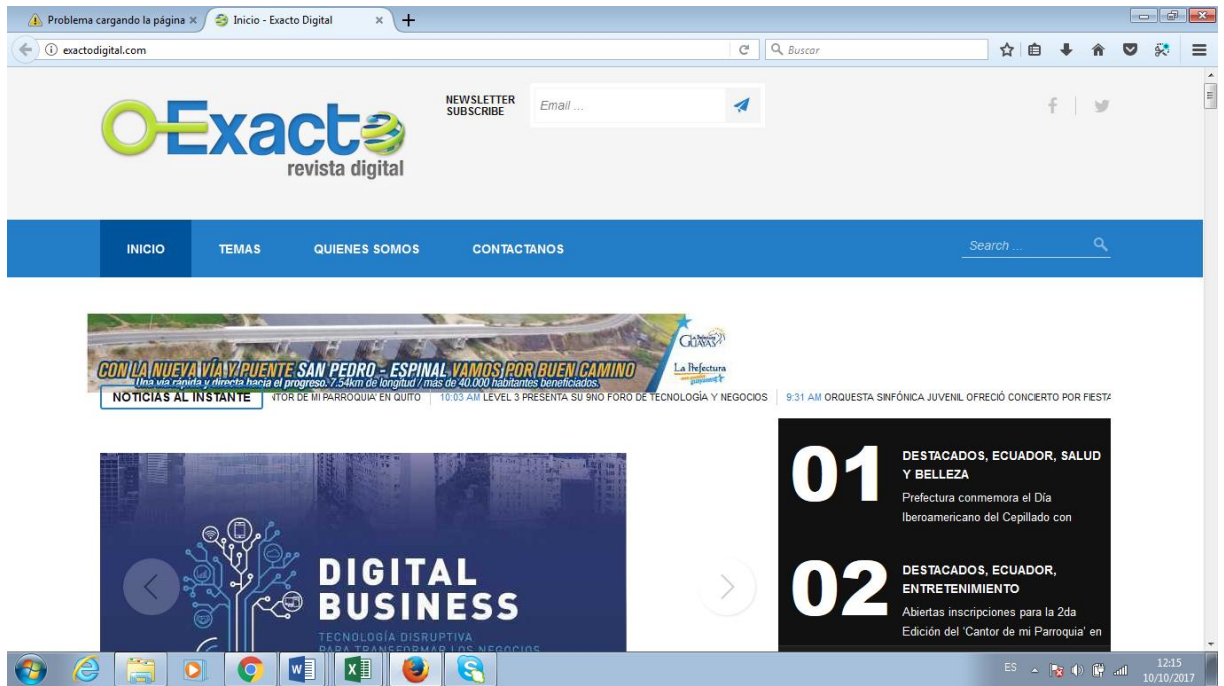
Anexo 4. Portada del cibermedio Infórmate y punto - Ecuador



Anexo 5. Portada del cibermedio Si se puede - Ecuador



Anexo 6. Portada del cibermedio Exacto digital - Ecuador



Anexo 7. Portada del cibermedio Plan V - Ecuador



Anexo 8. Portada del cibermedio Mil hojas - Ecuador



Anexo 9. Portada del cibermedio El Cacaotero - Ecuador



Anexo 10. Portada del cybermedio El Productor - Ecuador



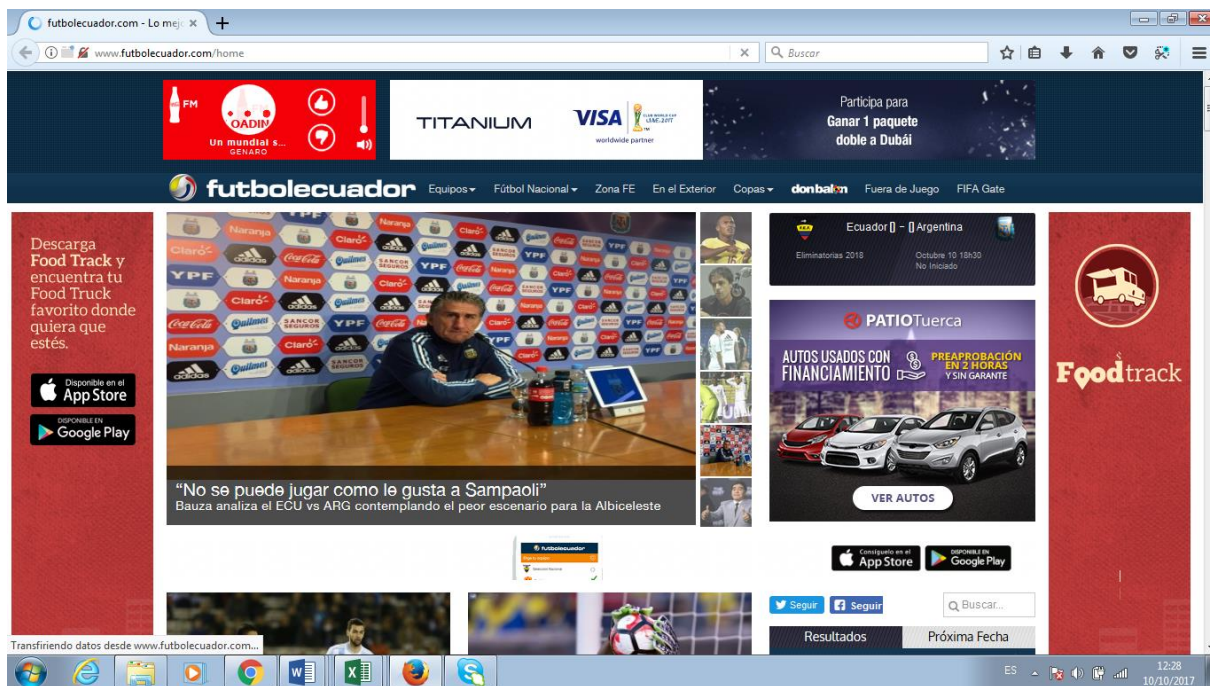
Anexo 11. Portada del cybermedio Ecuador a colores - Ecuador



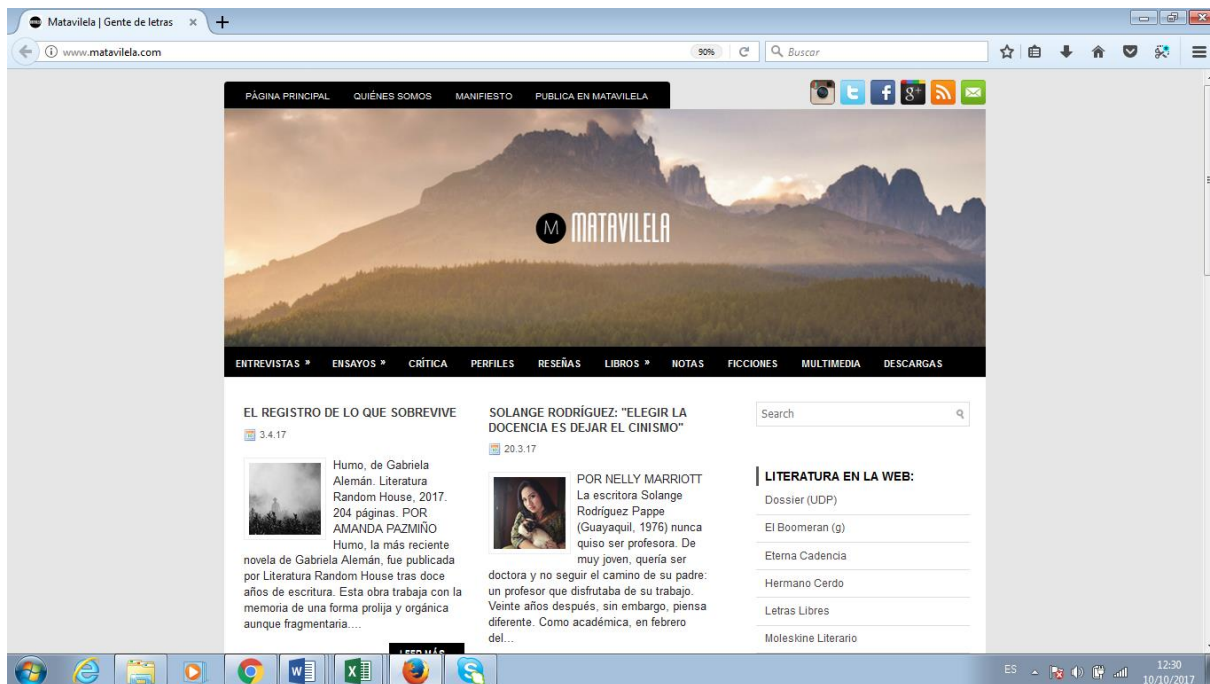
Anexo 12. Portada del cibermedio Bendito Fútbol - Ecuador



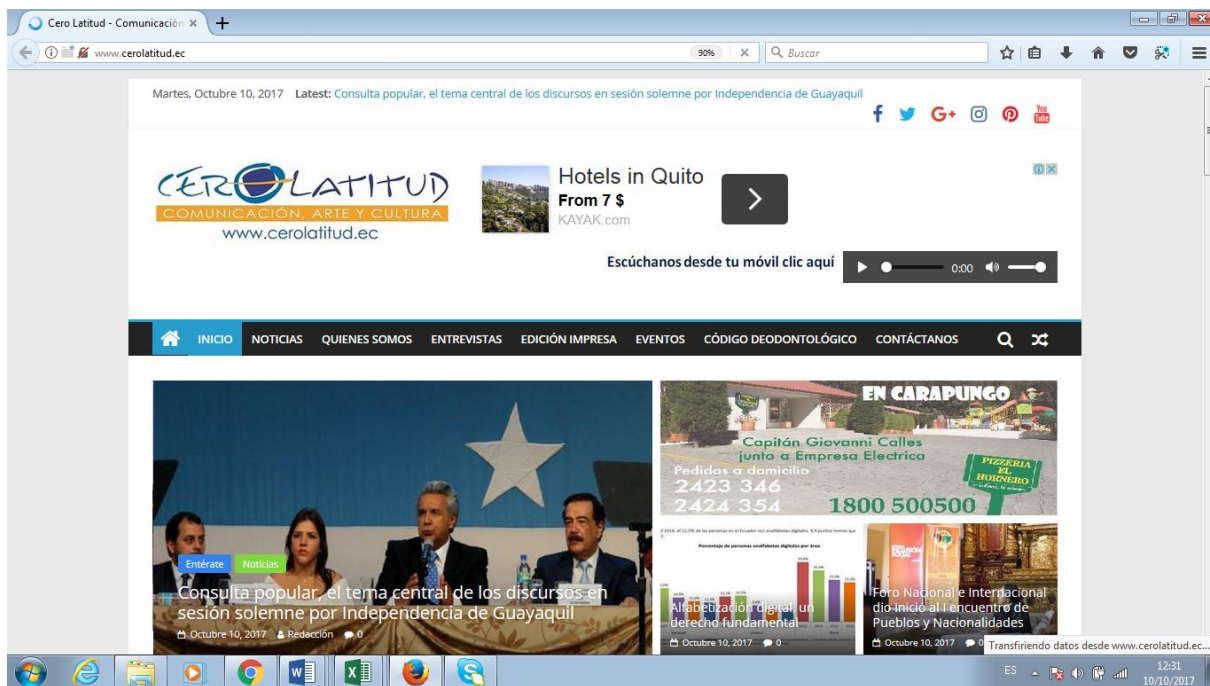
Anexo 13. Portada del cibermedio Fútbol Ecuador - Ecuador



Anexo 14. Portada del cibermedio Matavilela - Ecuador



Anexo 15. Portada del cibermedio Cerro Latitud - Ecuador



Anexo 16. Portada del cibermedio Al Día - Ecuador

The screenshot shows the homepage of 'Al Día Digital' in Ecuador. The browser address bar displays 'quevedoaldia.com'. The page features a navigation menu with categories: PORTADA, FARÁNDULA, LOS RÍOS, NACIONALES, SOCIEDAD, TECNOLOGÍA, DEPORTES, ECOLOGÍA, VÍDEOS, and MUNDO. A search bar is located on the right. Below the navigation, there is a section for 'ÚLTIMAS ENTRADAS' with a featured article titled 'La joven española desaparecida: «Hemos estado a punto de morir por ser homosexuales»'. A large image of a group of people is visible, with the headline 'La Policía detiene a los implicados por robo viral en el Malecón'. The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and the system clock indicating 14:23 on 10/10/2017.

Anexo 17. Portada del cibermedio Portafolio - Colombia

The screenshot shows the homepage of 'Portafolio' in Colombia. The browser address bar displays 'www.portafolio.co'. The page features a navigation menu with categories: ECONOMÍA, NEGOCIOS, INTERNACIONAL, INNOVACIÓN, INDICADORES Y MERCADOS, MIS FINANZAS, OPINIÓN, TENDENCIAS, FOROS, and PREMIOS. A search bar is located in the top right. The main content area is titled 'Portafolio' and features several articles. The main article is '¿Qué otras actividades en Colombia son consideradas un servicio público esencial?' under the 'ECONOMÍA' category. Other articles include 'Icetex ofrecería cuentas de ahorro educativo' under 'AHORRO' and 'Casa de poshite 'dumping' de ácidos nacionales en EE. UU. se resolvería en noviembre' under 'ECONOMÍA'. A sidebar on the right is titled 'Indicadores' and features a 'globofrán' logo and a 'Church's CHICKEN' advertisement. Below the advertisement, there is a table of financial indicators:

MONEDAS		ACCIONES	
TRM	\$2,942,19	Euro	\$3,491,89
	+0,53%		+0,68%

The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and the system clock indicating 14:24 on 10/10/2017.

Anexo 18. Portada del cibermedio El Tiempo - Colombia

Noticias Principales de Colombia | www.eltiempo.com

MARTES 10 DE OCTUBRE DE 2017

EL TIEMPO

OPINIÓN COLOMBIA BOGOTÁ INTERNACIONAL POLÍTICA JUSTICIA ECONOMÍA DEPORTES CULTURA TECNOLOGÍA VIDA CLASIFICADOS MÁS SECCIONES

¡Juega la Selección!
¿Cómo te sientes para el partido?

Perú vs Colombia

Martes 10 de octubre | 6:30 p.m.
Estadio Nacional del Perú

Seguro goleamos Ganamos, pero con lo justo No tengo ni idea, ¿empatamos? ¡Nos van a ganar! Me da igual

Ver los resultados

Transfiriendo datos desde ad.doubleclick.net...

Anexo 19. Portada del cibermedio El colombiano - Colombia

El Colombiano | noticias de Colombia | www.elcolombiano.com

CHEVROLET D-MAX

PARA HACER TU PROPIO CAMINO.

Conoce más

En Bajirá se instaló mesa para - Chocó

Carlos Vives criticó lo que canta Maluma

"No podemos tener fantasmas": Pekerman

Transfiriendo datos desde www.elcolombiano.com...

Anexo 20. Portada del cibermedio El universal - Colombia

The screenshot shows the homepage of El Universal newspaper. At the top, there is a navigation bar with the website's name and a search bar. Below this, the main header features the newspaper's logo "EL UNIVERSAL" in large, bold letters. A secondary navigation bar lists various sections: Cartagena, Sucesos, Sociales, Deportes, Regional, Opinión, Política, Farándula, Clasificados, and Secciones. Below the navigation, there are several featured articles and advertisements. On the left, a headline reads "Gobierno España ve inadmisibles declarar independencia Cataluña y suspenderla" with a sub-image of a flag. In the center, a headline says "#CONLAFEINTACTA" with a photo of a crowd. On the right, there is a large advertisement for "LAUNCHED ETH/LAT PAIR" by LATOKEN, with the text "LAST DAY OF TOKEN SALE". Below the main content, there is a small section titled "Si Colombia clasifica al mundial" and another advertisement for "Encontrar a todos los audios, transcripciones y análisis de lo revelado por las autoridades EN EL CASO MARCOLO". The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 14:27 on 10/10/2017.

Anexo 21. Portada del cibermedio La Vanguardia - Colombia

The screenshot shows the homepage of La Vanguardia newspaper. The top navigation bar includes the website's name, a search bar, and a date/time indicator: "MAR OCT 10 2017 27°C Actualizado 02:11 pm". Below the navigation, the main header features the newspaper's logo "Vanguardia.com" in large, bold letters. A secondary navigation bar lists various sections: Inicio, Bucaramanga, Santander, Deportes, Judicial, Colombia, Mundo, Política, Economía, Opinión, Entretenimiento, and Vanguardia TV. Below the navigation, there is a section titled "Eliminatorias Sudamérica - Copa del mundo" and "Copa del Mundo - Eliminatorias - Sudamérica". This section contains a table of football matches with columns for date, time, and team names. The table lists matches between Paraguay and Venezuela, Brasil and Chile, Ecuador and Argentina, and Perú and Colombia. Below the table, there is a large article headline: "Rastrear 32 bienes Tribunal de Justicia y Paz se declara incompetente para embargar bienes de Hugo Aguilar" with a photo of a man speaking. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 14:28 on 10/10/2017.

Anexo 22. Portada del cibermedio La República - Colombia

Noticias de Economía, Finan: x +
https://www.larepublica.co

MARTES, 10 DE OCTUBRE DE 2017

SUSCRÍBASE

FINANZAS ECONOMÍA EMPRESAS OCIO GLOBOECONOMÍA ANÁLISIS ASUNTOS LEGALES CAJA FUERTE ESPECIALES

ACTUALIDAD ▶ SALARIO MÍNIMO 2018 SELECCIÓN COLOMBIA MUNDIAL DE RUSIA 2018 PAPELES DE PANAMÁ REFERÉNDUM INDEPENDENTISTA

DÓLAR ↑ \$2.942,19 | EURO ↑ \$3.455,89 | COLCAP ↓ 1484,05 | PETRÓLEO ↑ US\$49,58 | CAFÉ ↑ US\$1,47 | UVR ↑ \$251,9326 | DTF ↑ 5,40%

INDEPENDENCIA DE CATALUÑA

LEGISLACIÓN

Puigdemont declara la independencia, pero pide diálogo y suspender sus efectos temporalmente

VER ESPECIAL

HACIENDA

Gobierno no considera válida la declaración de Puigdemont y prepara la respuesta

El Ejecutivo de Rajoy cree no es "admisible hacer una declaración implícita de independencia para luego dejarla en suspenso".

INDUSTRIA

Gas Natural Fenosa, Sabadell y CaixaBank, entre las empresas que dejaron Cataluña

EMPRESAS QUE DEJARON CATALUÑA

A la decisión del banco Sabadell le siguió la de la compañía Gas Natural Fenosa que hizo el anuncio el viernes.

Esperando imagenes.larepublica.co...

ES 14:29 10/10/2017

Anexo 23. Portada del cibermedio El Espacio - Colombia

Coming Soon - Future home of : x +
www.elespacio.com.co

Future home of something quite cool

If you're the **site owner**, [log in](#) to launch this site. If you are a **visitor**, please check back soon.

ES 14:30 10/10/2017

Anexo 24. Portada del cibermedio El Heraldo - Colombia

The screenshot shows the homepage of El Heraldo. The browser address bar displays 'https://www.elperiodico.co'. The navigation menu includes 'SECCIONES' and 'BUSCAR'. A search bar is located in the top right corner. The main headline reads 'Presidencia anunció que Cambio Radical se va del Gobierno con renuncia del ministro Pumarejo', dated 'Hace 2 horas'. A sub-headline below it states 'Se queda el ministro de Ambiente, Luis Gilberto Murillo, porque apoya la agenda de paz y no pertenece a Cambio Radical.' Other visible headlines include 'Colombianos, optimistas en el triunfo de la Selección en Lima' and 'Fiscal Néstor Martínez se reunirá con desmovilizados'. The website footer contains various social media icons and a system tray at the bottom showing the time as 14:32 on 10/10/2017.

Anexo 25. Portada del cibermedio Nuevo Siglo - Colombia

The screenshot shows the homepage of Nuevo Siglo. The browser address bar displays 'www.elnuevosiglo.com.co'. The navigation menu includes 'Menú', 'Editorial', 'Política', 'Análisis', 'Opinión', 'Nación', 'Mundo', 'Economía', 'Deportes', 'Registrarse', and search icons. The main headline is 'EL NUEVO SIGLO', dated 'Martes - Octubre 10 de 2017'. A large image of a man in a suit is featured on the left. To the right, a list of news items includes 'De alcances de JEP hablará Fiscal con Farc', 'Colombia, con medio tiquete a Rusia', 'Por diálogo, suspenden independencia catalana', and 'Colombia ante Perú: ¡sí se puede!'. A section titled 'Ahora' lists 'US\$8.000 millones, las pérdidas de Pdvsa', 'Acusan de violación a cineasta Harvey Winstein', 'Investigan a Emcali por contrato con Minminas', 'Oposición venezolana, finalista al premio Sajarov', and 'Paso de asteroide servirá a para simular ejercicio de defensa'. The bottom of the page features a banner for '10 claves de la campaña a 5 meses de las legislativas' and a 'Suscribirse a la versión digital del impreso' button. The system tray at the bottom shows the time as 14:32 on 10/10/2017.

Anexo 26. Portada del cibermedio El País - Colombia

The screenshot shows the homepage of El País Colombia. At the top, there is a navigation bar with the site name 'El País.com.co' and the date 'MARTES, 10 DE OCTUBRE DE 2017'. Below this is a main menu with categories like 'Inicio', 'Noticias', 'Cali', 'Opinión', 'Deportes', 'Entretenimiento', 'Familia', 'Sociales', 'Clasificados', 'Servicios', and '500 Empresas'. A prominent banner for 'Vuelos baratos de último momento' (Last minute cheap flights) is visible, featuring an airplane and the text 'Compara precios para encontrar el pasaje más barato.' with a 'Buscar Vuelos' button. The main headline is 'Esperanza y fe, los mensajes de jugadores de la Selección previo al juego ante Perú' (Hope and faith, the messages of players of the Selection before the game against Peru), accompanied by a photo of a Colombian player in a yellow jersey. The page also includes social media links and a search bar.

Anexo 27. Portada del cibermedio La Patria - Colombia

The screenshot shows the homepage of La Patria. The top section features a banner for 'QVOLTA PRIMERA BOLSA P2P DE INTERCAMBIO DE ETH A LAS DIVISAS FIAT' with a '¡ÚNASE!' button. Below this is a navigation bar with 'LA PATRIA.COM' and the date 'Noticias de Manizales y Caldas, Octubre 10 2017'. The main menu includes 'NOTICIAS', 'MANIZALES', 'CALDAS', 'SUCESOS', 'DEPORTES', 'OPINIÓN', 'SOCIAL', 'ESPECIALES', and 'ENTRETENIMIENTO'. The page displays several news articles, including 'Carles Puigdemont declara la independencia catalana y la suspende para dialogar' (12:45 p.m. Internacional) and 'Fiscalía imputará cargos al presidente de Acdac por el presunto delito de pánico económico' (11:40 a.m. Nacional). There are also promotional banners for 'Las vías acercan al ciudadano a sus derechos' and '\$11 Mil millones para obras en colegios de Pensilvania y Manzanares'. The page includes social media icons, a search bar, and a footer with 'VIDEO', 'GALERIA', and 'AUDIO' options.

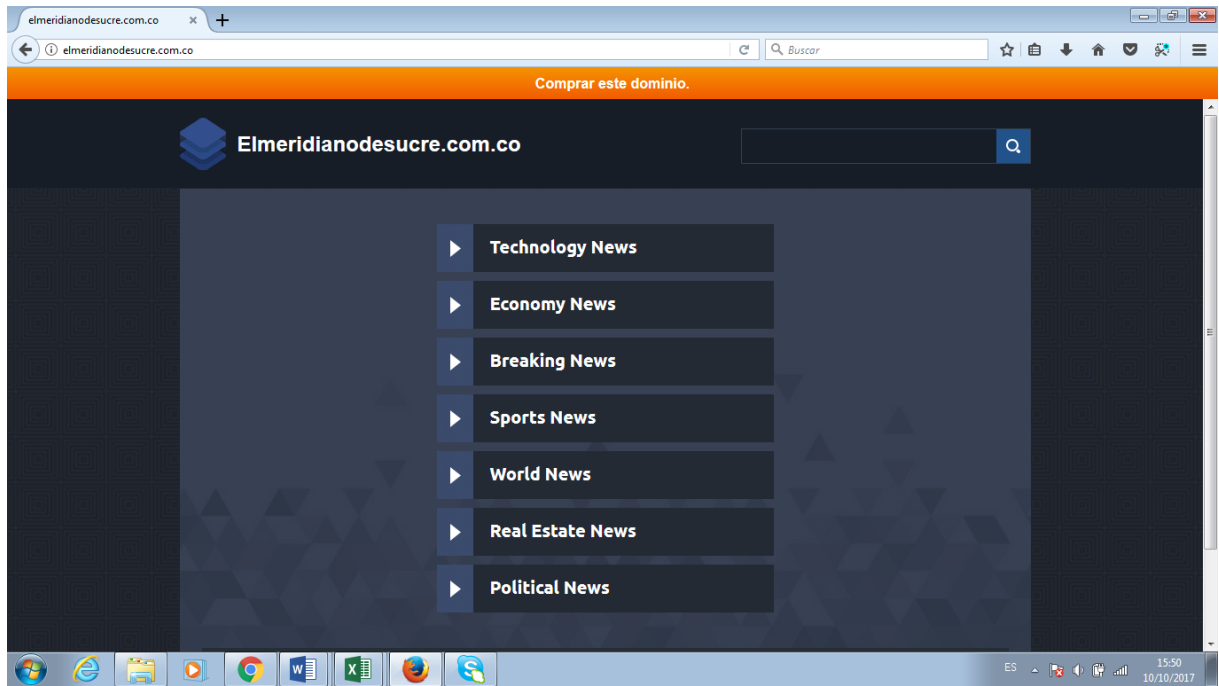
Anexo 28. Portada del cibermedio La Nación - Colombia



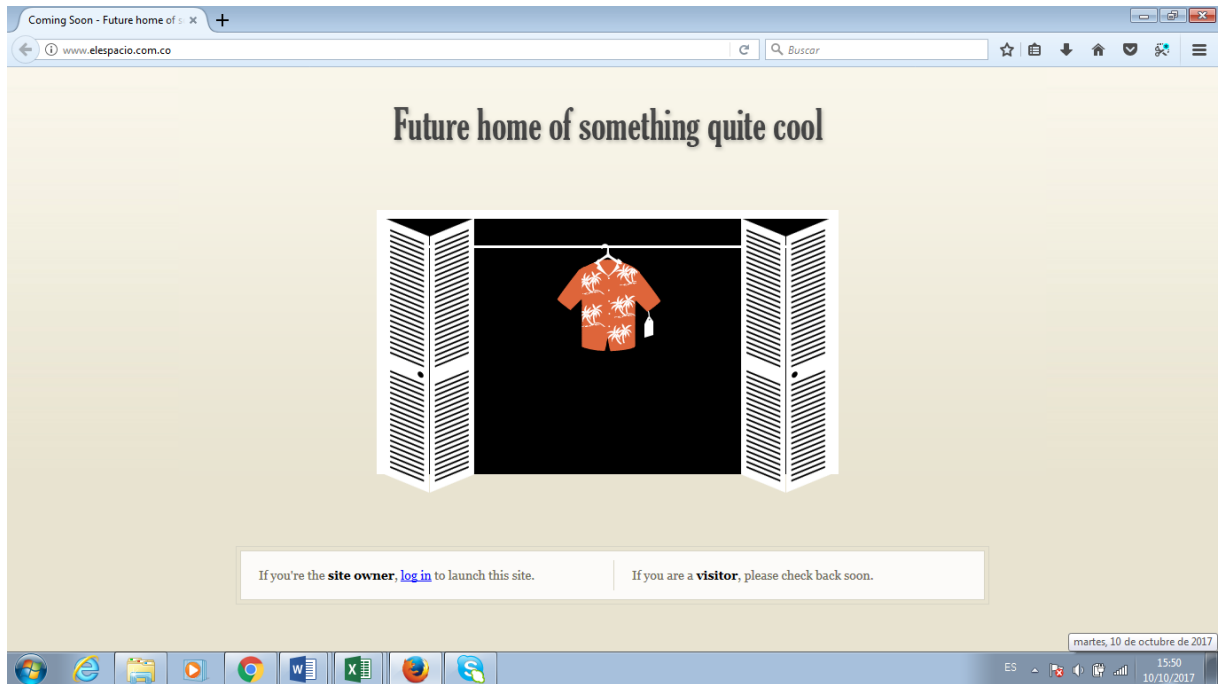
Anexo 29. Portada del cibermedio El Espectador - Colombia



Anexo 30. Portada del cibermedio El Meridiano de Sucre - Colombia



Anexo 31. Portada del cibermedio El Espacio - Colombia



Anexo 32. Entrevista al Ing. Edwin Hidalgo del cibermedio *La República* - Ecuador

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Hidalgo

Nombre: Edwin

Teléfono: 046025642

Título: Licenciado en Comunicación Social

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

En el año 2014

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Usted sabe cómo es la situación del Ecuador con la nueva ley de comunicación muy coercitiva, entonces para dar a conocer nuestro punto de vista creamos este medio digital, porque en los medios tradicionales no nos daban espacio.

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Bueno, primero iniciamos como un blog, pero luego creamos ya una página bien hecha donde están puestos diferentes secciones y así vamos mejorando poco a poco, de acuerdo a las necesidades tanto nuestras como medio así como también a lo que nos piden los usuarios.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Cuál es el contenido de su cibermedio?

Bueno, tenemos noticias de última hora, también deportes que es algo que les gusta mucho sobre todo a los varones, farándula que les gusta a los más jóvenes, algo de política, es decir, de todo un poquito.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de contenido?

Porque como le digo tenemos de todo un poquito tanto para hombres, jóvenes, mujeres.

c. ¿Ha pensado en cambiar la programación de su cibermedio?

Ampliarla sí, como ya le dije, vamos haciendo cambios de acuerdo a nuestras necesidades y de los usuarios.

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

En la portada usted encuentra como más de 10 secciones por ejemplo noticias actuales, farándulas, y así otras más, usted puede ingresar y ver todo; también están cada noticia más importante está detallada pero al ingresar ahí en la nota se puede leer más.

b. ¿Por qué seleccionó esos elementos para la portada de su cibermedio?

Porque hay que poner cosas interesantes.

c. ¿Considera importante herramientas como foros, blogs, para su portada?

Los blogs si, de hechos tenemos algunos, no recuerdo cuantos exactamente.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Que le diré, los multimedia porque siempre queremos llamar la atención de los que ingresan a nuestra página.

b. ¿Su cibermedio permite que los internautas realicen comentarios en su página?

En la página en si no, porque a veces lo hacen de mala intención, pero en los blog que publican los colegas que los tienen ahí sí.

5. Contacto cibermedio - usuario

a. ¿A través de que medio está en contacto con los usuarios?

Bueno tenemos Facebook y Twitter también donde nos siguen muchas personas.

b. ¿Considera que es importante interactuar con los usuarios?

Claro que sí, pero eso demanda gasto verá porque significa un nuevo empleado.

6. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Estamos incrementando eso

b. ¿La suscripción es gratis o pagada?

Esto lo estamos analizando.

c. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

Exactamente no, porque usted sabe que en Ecuador recién nacen estos medios y aún no se puede saber.

Anexo 33. Entrevista Yoconda Nieves del cibermedio *Infórmate y punto* - Ecuador

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Nieves

Nombre: Yoconda

Teléfono: 0990709190

Título: Ingeniera en Administración de Empresas

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

Empecé con mi idea en noviembre del 2013 y de ahí hablé con un amigo que sabe esto de páginas web y la fuimos armando.

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Pensé que era la forma de informar a la ciudadanía, porque usted sabe que ahora todos pasamos en una computadora y es más fácil ingresar a una página y enterarse de lo que pasa.

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Cambios algunos, sobre todo en el diseño de la página.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Qué tipo de programación contiene su cibermedio?

En mi página usted encuentra de todo, música, noticias, deportes, de educación, noticias económicas.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de programación?

Porque como ya manifesté hay que dar variedad para que se informe la ciudadanía y todos son temas importantes.

c. ¿Ha pensado en cambiar la programación de su cibermedio?

La verdad no, porque creo que está completa.

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

Aspectos como noticias de última hora, también puede el usuario ingresar a cada sección que tenemos, quienes deseen publicitar también pueden hacerlo, nosotros mismos armamos la publicidad algo bien llamativa y novedosa, pueden seguirnos a través de Facebook o Twitter.

b. ¿Por qué seleccionó esos elementos para la portada de su cibermedio?

Es que debe ser novedoso

c. ¿Considera importante herramientas como foros, blogs, para su portada?

Pienso que sí, pero aún en la cultura ecuatoriana no está muy arraigado esto.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Usted sabe que en este caso empleando la multimedia y también los RSS.

b. ¿Su cibermedio permite que los internautas realicen comentarios en su página?

No.

5. Contacto cibermedio - usuario

a. ¿A través de que medio está en contacto con los usuarios?

Se utiliza el Facebook y Twitter, a veces uno que otro correo electrónico

b. ¿Considera que es importante interactuar con los usuarios?

Si es importante conocer sus criterios

6. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Si pueden hacerlo de manera gratis, tenemos también la suscripción pagada donde se les da más beneficios pero la verdad aquí no les gusta pagar.

b. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

No, porque no hay creo una forma ni un organismo que lleve un control de aquello.

Anexo 34. Entrevista a Alejandro Ortiz Arroba del cibermedio *La barra espaciadora* - Ecuador

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Ortiz Arroba

Nombre: Francisco Alejandro

Contacto: info@labarraespaciadora.com

Título: Licenciado en Comunicación Social

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

Este medio surge en el año 2013, exactamente en el mes de julio

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Es que debemos aprovechar la tecnología y si a través de la televisión y la radio no podemos hablar, entonces consideramos que podemos tener libertad de expresión mediante los recursos de Internet, por eso es que nace *La Barra espaciadora*

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Son muchos en realidad, porque usted entenderá que al comienzo se empieza solo con una idea y con el paso del tiempo ha tenido que irse acoplando a muchos aspectos como necesidades propias y también a los gustos y requerimientos de quienes ingresan a *La barra espaciadora*.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Qué tipo de programación contiene su cibermedio?

Usted en nuestra página va a encontrar música, deportes, noticias, farándula, de política, noticias económicas, noticias educativas. Es decir es muy variada.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de programación?

Porque precisamente todo esto hace noticia y es de interés general.

c. ¿Ha pensado en cambiar la programación de su cibermedio?

Cambiar el formato no, pero tenerlo más actualizado si, también he pensado ampliar otros servicios como por ejemplo: ayuda social.

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

Como le manifesté en mi página usted encuentra de todo, hay enlaces que lo llevan a las noticias, y para que lo cibernautas no se pierdan lo tenemos dividido por secciones.

b. ¿Por qué seleccionó esos elementos para la portada de su cibermedio?

Para que sea una buena opción para quienes les interesan las buenas noticias.

c. ¿Considera importante herramientas como foros, blogs, para su portada?

Los blogs sí, porque nosotros los tenemos como editoriales diríamos en el caso de los periódicos, tenemos algunas personas que les gusta escribir un blogs y nosotros les damos ese espacio y eso no tienen costo.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Le día que los blogs son un recurso porque quienes se interesen nos contactan y nosotros publicamos sus blogs.

5. Contacto cibermedio - usuario

a. ¿A través de que medio está en contacto con los usuarios?

Mediante la nuestra cuenta de Twitter es más, porque tenemos varios seguidores y eso es importante ir ganando espacio en la población.

b. ¿Considera que es importante interactuar con los usuarios?

Claro que sí, porque ellos son quienes nos mantienen en la red.

6. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Si pueden hacerlo pero de manera gratis.

b. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

No sé, pero somos de los primeros porque si tenemos bastantes suscriptores.

Anexo 35. Entrevista a Julio Sánchez del cibermedio *La Vanguardia* - Colombia

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Sánchez

Nombre: Julio

Teléfono: 13-426300700

Título: Periodista

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

Estimo que fue en el año 2014, tiene poco tiempo aún, pero por la forma de hacer periodismo hemos ganado espacio.

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Era necesario dar a conocer todo lo que vivía Colombia en aquel entonces debido a las guerrillas, cosas que no informaban la radio ni la televisión y no podíamos callas más.

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Se han ido ampliando más secciones dentro de la página, tú sabes que no podemos quedarnos como cuando empezamos.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Qué tipo de programación contiene su cibermedio?

Aquí hacemos un resumen de todo tipo de noticias, ya te diré deportivas, noticias de última hora, es decir de todo encuentras en nuestra página.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de programación?

Porque todo es importante.

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

Todo lo que te mencioné que tenemos como noticias, fotos de las noticias, videos y claro también publicidades porque de eso nos mantenemos. Y lo mejor es que nosotros les damos la oportunidad de enlazarse con otras páginas o sea les facilitamos las cosas.

b. ¿Por qué seleccionó esos elementos para la portada de su cibermedio?

Para facilitar a los usuarios la búsqueda de información.

c. ¿Considera importante herramientas como foros, blogs, para su portada?

Claro señor, porque tenemos que saber que piensan también los colombianos, porque yo no tengo la verdad absoluta.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Empleamos videos, fotos, enlaces con otras páginas.

5. Contacto cibermedio - usuario

a. ¿A través de que medio está en contacto con los usuarios?

A través del chat, del Twitter, en los foros que tenemos también, o sea de diferente manera, porque es bueno conocer lo que piensan nuestros seguidores.

6. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Por supuesto, tenemos suscripciones gratis y también pagadas, estas últimas les brinda mayores beneficios.

b. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

Somos dentro de los 10 primeros, según estudio que hicieron de una universidad de Medellín creo que fue.

Anexo 36. Entrevista a Ricardo Sarmiento del cibermedio *Portafolio* - Colombia

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Sarmiento

Nombre: Ricardo

Teléfono: 57 (1) 2940100.

Contacto: servicioalclienteweb@eltiempo.com

Título: Administrador de empresas

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

Desde el 2012

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Los dueños de este medio tienen otros medios tradicionales entonces quisieron apuntar también a estos nuevos recursos informativos.

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Varios en realidad, porque se empezó como un simple blog anexo a una radio, y luego se fue diseñando una página exclusiva para *Portafolio*.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Qué tipo de programación contiene su cibermedio?

Aquí hablamos de política, economía, hechos importantes que suceden a diario tanto en Bogotá como en el resto del país.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de programación?

Porque es lo más importante que se puede brindar a los usuarios.

c. ¿Ha pensado en cambiar la programación de su cibermedio?

Tal vez algún día incrementemos una sección más que sea solo para niños, es decir programación exclusiva para niños.

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

En la portada están las noticias del día, las más importantes, también si quiere ver el historial de los hechos puede ingresar a cada sección y ahí encuentra de todo. Para cada noticia le ponemos la foto respectiva para hacerlo más interesante a la vista del usuario. Hacemos publicidad para ello contamos con varios banners. También tenemos enlaces con radios y canales, sobre todo con los que son de la misma empresa.

b. ¿Por qué seleccionó esos elementos para la portada de su cibermedio?

Para darles varias oportunidades a los usuarios.

c. ¿Considera importante herramientas como foros, blogs, para su portada?

Si, de hecho nosotros tenemos foros de discusión, en los blogs igualmente los usuarios suscritos pueden dar su opinión.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Hacemos uso de todo lo que nos permite la tecnología: hipertexto, multimedia, formas de interactuar entre cibermedio y usuario.

b. ¿Su cibermedio permite que los internautas realicen comentarios en su página?

Claro que sí, para eso tenemos los foros y los blogs.

5. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Sí, y les damos la opción de gratis donde tienen limitantes y también si pagan mediante un monto muy económico al año, reciban mayores beneficios.

b. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

Somos de los primeros, porque nos caracteriza nuestra verticalidad en la emisión de noticias o comentarios.

Anexo 37. Entrevista a Alexa Santo Domingo del cibermedio *Nuevo Siglo* - Colombia

HOJA DE VIDA DEL ENTREVISTADO

Apellidos: Santo Domingo Zamora

Nombre: María Alexa

Teléfono: 4139200/ Ext. 242

Contacto: editoriales@elnuevosiglo.com.co

Título: Licenciada en administración empresarial

PREGUNTAS

1. Información sobre el cibermedio

a. ¿En qué año inició con su cibermedio?

En el 2016

b. ¿Cómo nació la idea de crear un cibermedio?

Porque todos tenemos derecho de opinar e informar, y a veces no hay recursos para invertir en los otros tipos de medios por eso decidí crear una página con el nombre de *Nuevo Siglo*.

c. ¿Qué cambios ha tenido que implementar?

Varios cambios en realidad, empezamos con una página en general, donde había de todo, era una mezcla en general, pero ahora si ya tenemos bien presentada la página por secciones.

2. Programación del cibermedio

a. ¿Qué tipo de programación contiene su cibermedio?

Somos de los cibermedio más completos, me atrevo a decir, porque tenemos noticias, música, noticias deportivas, de entretenimiento, programación infantil, hay incluso hasta películas colgadas.

b. ¿Por qué escogió ese tipo de programación?

Para que los usuarios ingresen y encuentren de todo y así nos garantizamos su fidelidad

3. Datos de la portada

a. ¿Qué aspectos contiene la portada de su cibermedio?

La portada está dividida por secciones, también tienen banners para la publicidad, contamos con foros donde se brinda la oportunidad a los usuarios de participar, opinar, dejarnos sus comentarios, porque eso es lo que se busca la interacción con el público.

4. Recursos que emplea el cibermedio

a. ¿Cuál es el principal recurso que emplea su cibermedio?

Contamos con todo lo necesario para facilitar una mejor interacción a los usuarios, el objetivo es facilitar el acceso y manejo de la página, por eso las características de la portada que es sencilla pero completa.

b. ¿Su cibermedio permite que los internautas realicen comentarios en su página?

Los comentarios se dan a través de los foros, los blogs, y también en la página hay una parte que dice “déjenos su comentario” en algunas noticias.

5. Contacto cibermedio - usuario

a. ¿A través de que medio está en contacto con los usuarios?

Lo hacemos directo entre el cibermedio y el usuario a través de la página y también mediante redes sociales.

b. ¿Considera que es importante interactuar con los usuarios?

Esa es la clave del éxito de nuestro medio, la interacción con los usuarios.

6. Suscriptores

a. ¿Pueden suscribirse a su página?

Sí, esa es la parte importante que deben suscribirse para que participen en los foros, blogs, chat en línea y también dejar los comentarios.

b. ¿La suscripción es gratis o pagada?

Es pagada, esa es la forma de solventar los gastos.

c. ¿Conoce en qué ranking se encuentra su cibermedio en su país?

No conozco, pero por el número de suscriptores pienso que somos los primeros.