



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA.**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**“Medios de Comunicación y el trabajo  
en la red con herramientas Web 2.0”**

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

**AUTORA:**

Andrea Estefanía Aguirre Jaramillo.

**DIRECTORA DE TESIS:**

Ing. Rosario Puertas Hidalgo.

**CENTRO UNIVERSITARIO “LATACUNGA”**

**2010**

II  
**CERTIFICACIÓN.**

**Ing. Rosario Puertas Hidalgo.**

**CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Srta. Andrea Estefanía Aguirre Jaramillo, sobre el tema: "Medios de Comunicación y el trabajo en la red con herramientas Web 2.0", ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por La Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

10 de enero de 2011

---

**Ing. Rosario Puertas Hidalgo**  
**DIRECTORA DE TESIS**  
**C.I.: 1102853783**

### III

#### **Acta de cesión de derechos.**

“Yo, Andrea Estefanía Aguirre Jaramillo declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

**La Autora.**

IV  
**Autoría.**

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

---

**Estefanía Aguirre J.**  
**C.I.: 070442507-3**

V

**Dedicatoria.**

A mi madre, a mi padre y a mi familia de quienes recibo el apoyo para cumplir cada una de mis metas, sobre todo la presente.

A mi hermano, por quien haría hasta lo imposible.

A todos quienes estuvieron pendientes hasta el final de este proyecto.

Con amor, perseverancia y un poquito de presión se puede alcanzar cualquier objetivo.

Para ustedes.

**Andrea Estefanía Aguirre Jaramillo.**

## VI

### **Agradecimiento**

Desde el fondo de mi alma expreso mis más sinceros agradecimientos, a todas y cada una de las personas e instituciones que hicieron de este sueño una realidad.

A los dos medios de comunicación partícipes de esta investigación como lo son: Marca.com y Tctelevisión.com por su colaboración y ayuda.

A la Ing. Rosario Puertas, por su guía, su paciencia y preocupación.

Y en especial a la Universidad Técnica Particular de Loja Modalidad Abierta y a Distancia, que permite con su forma de estudio, cumplir con metas que en ocasiones se ven inalcanzables.

**La Autora.**

## VII ÍNDICE

Portada.....	I
Certificación.....	II
Acta de cesión de derechos.....	III
Autoría.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice.....	VII
Resumen.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
1. MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 Transición de medios tradicionales a medios digitales.....	3
1.1.1 Diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y digitales .....	5
1.2 El Medio Nativo.....	7
1.2.1 Características .....	8
1.3 Web 2.0 y sus Herramientas más utilizadas.....	9
1.3.1 Redacciones Digitales.....	13
1.4 Integración de las Salas de Redacción .....	14
1.5 Propiedad Intelectual.....	16
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>18</b>
2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS MARCA.COM Y TC TELEVISIÓN.....	18
2.1 Breve historia y análisis de la situación actual del medio .....	18
2.1.1 Tc televisión.....	18
2.1.2 Marca.com.....	21
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>24</b>
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	24
3.1 Resultados (Semana Compuesta) .....	24
3.1.1 Análisis Cuantitativo Marca.com-Diario Marca .....	24

3.1.1.1 Sección .....	25
3.1.1.2 Fuente .....	27
3.1.1.3 Género .....	28
3.1.1.4 Imagen .....	30
3.1.2 Análisis tabla cualitativa .....	31
3.1.2.1 www.tctelevision.com .....	31
3.1.2.2 Análisis tabla Cualitativa www.marca.com .....	40
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>50</b>
www.tctelevision.com: .....	50
www.marca.com: .....	50
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>51</b>
www.tctelevision.com .....	51
www.marca.com .....	51
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>55</b>
Tabla Cuantitativa Marca.com / Diario Marca .....	55
Tabla Cualitativa www.tctelevision.com. ....	60
Tabla Cualitativa www.marca.com.....	103
Avisos Legales.....	145
Ley de propiedad intelectual del Ecuador. ....	151
Glosario de Blogging. ....	158
Entrevista.....	162



## RESUMEN

¿Qué sería del mundo sino pudiésemos comunicarnos? Hoy en día existen diversas formas y canales para cumplir con este necesario proceso, una de ellas es el Internet, en el cual no solo los profesionales son partícipes, cuestión que afecta positiva y negativamente al periodismo.

El Internet obliga a los tradicionales medios de comunicación a cambiar, a modificar sus contenidos y la forma de presentarlos. Ahora los diferentes medios se unen a la era digital, no pueden permanecer en el pasado, necesitan surcar un proceso de transformación para cubrir las necesidades del nuevo mundo.

Se implanta así una era donde el periodismo tradicional y el digital se mezclan; el primero adaptándose a nuevos tiempos y el segundo tratando de crear cimientos sólidos para un largo futuro.

En el Ecuador y en todo el mundo, podemos hallar numerosos canales de televisión, medios escritos, radios, etc. Que cuentan con páginas dentro de la red de redes, empero no todos aprovechan al máximo los beneficios de este sistema y sus nuevas tecnologías siendo una de ellas: las herramientas de la Web 2.0.

Con el apropiado uso de cada una de las aplicaciones que nos ofrece la gran red y sobre todo la Web 2.0, el resultado sería sorprendente para los usuarios y los medios; este es precisamente, uno de los fragmentos más importantes que la presente investigación tomará en cuenta.

Es necesario estar al tanto sobre el desenvolvimiento de los medios nacionales y extranjeros dentro de la telaraña virtual, ¿Qué nos ofrecen?, ¿Qué beneficios nos presentan comparado con medios de comunicación tradicionales?; son algunas de las preguntas que deberíamos hacernos, la búsqueda de información debe tener resultados: ágiles, veraces, de rápido acceso, interactivos, verídicos, etc. Eso es lo que el nuevo mundo vive a diario y los medios tradicionales comprendieron que ellos también deben avanzar.

No toda la información que nos llega por Internet nos es cien por ciento real, ¿Quiénes se encargan de las nuevas formas de periodismo?, ¿Cualquier persona puede hacer periodismo?. Existen profesionales dentro del campo que se desenvuelven en el área digital: colaboradores, expertos, que trabajan dependiendo del tema y este es otro de los contenidos que trataremos de analizar con respecto a dos páginas Web específicas.

La presente es una investigación a dos medios de comunicación: la página Web del canal de televisión ecuatoriano, [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com) y la página Web deportiva, española, [www.marca.com](http://www.marca.com).

Iniciaremos con algunos conceptos básicos, para luego de un trabajo de investigación con métodos como, la observación y recolección de datos, poder analizar y concluir.

En el Capítulo I observaremos, el cambio que han debido tener los medios de comunicación para permanecer, se realizará un análisis sobre las diferencias de los medios nativos y los tradicionales y nos adentraremos un poco en lo que es la propiedad intelectual, las redacciones digitales y como conseguir la sala de redacción más adecuada.

En el Capítulo II se analizará la historia y la situación actual de cada uno de los medios de comunicación asignados.

El Capítulo III comprende toda la semana compuesta de: la investigación, tabulación, análisis, etc. de los dos medios de comunicación con la ayuda de las tablas de análisis cuantitativo y cualitativo.

Para finalizar con las respectivas conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos de toda la información utilizada de las dos páginas web.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 Transición de medios tradicionales a medios digitales

El hombre ha ideado a lo largo de la historia una numerosa cantidad de herramientas y formas para comunicarse e informarse, incluso antes del apareamiento de la imprenta con Gutenberg en 1450, las personas ya buscaban formas para conseguirlo.

El avance diario que tenemos, obliga a los medios de comunicación tradicionales a evolucionar, a transformarse para cubrir las necesidades de sus televidentes, lectores, radioescuchas, etc.

Actualmente basta pulsar sobre un botón para que al encenderse el televisor la información llegue a nuestras mentes, con otra pulsada al cambiar de canal podemos decidir qué tipo de información es la que queremos absorber y si quisiéramos simplemente no recibirla basta pulsar nuevamente y apagar el aparato, solo necesitamos tiempo, electricidad y lo que en su tiempo, cambio la historia.

¿La televisión sigue cubriendo las necesidades informativas?. Si, pero lo que ahora se espera de la información a parte de la veracidad, es la rapidez y la personalización; Tanto hombres como mujeres buscan agilizar cada uno de los procesos que realizan a lo largo del día y descubrir información es uno de ellos; además, el personalizar la información implica que cada usuario decida que desea o no recibir, opción que se puede apreciar en los medios digitales.

El Internet (medio digital), nos ofrece ese mundo en el que todo está al alcance de un clic, pagar las cuentas, comprar boletos de avión o ver a los niños en tiempo real en sus escuelas, ahora ya es posible; si todas esas cosas se pueden hacer y de hecho se hacen, porque no imaginar que el futuro se transforma en presente también en el campo de la información.

Para los profesionales dentro del campo digital; la lucha y el trabajo diario es más arduo, porque si en los medios tradicionales las noticias del ayer son presentadas el mañana sin

ningún inconveniente, en los medios digitales el ayer ya es más que historia antigua; es un terreno más exigente sobre todo en cuanto a tiempo.

TC televisión como medio tradicional, que en sus inicios llevaba el nombre de Telecentro; conquistó a los tele-espectadores ecuatorianos con su variada y divertida programación, sobre todo con producción nacional que aun podemos encontrar en [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com); el Internet nos permite refiriéndonos a este ejemplo, subir los capítulos de la telenovela para que los televidentes seguidores de la misma, puedan verlos una y cuantas veces deseen, aparte comentar y participar interactivamente dentro del proceso.

Así un medio tradicional como lo es el canal de televisión TC al crear un pequeño espacio en la red abre las posibilidades para sus televidentes y ahora Cyber usuarios facilitando y cumpliendo con las nuevas necesidades.

Marca.com por otro lado desde sus inicios como página Web tuvo claro su concepto sobre información deportiva, tema al cual se le han ido acoplado espacios para la cultura, el ocio, el humor, etc. Lo que diferencia a la página de otras es que dentro de ella encontramos medios tradicionales como Marca TV, Diario Marca o Radio Marca pero que permiten al usuario verlos de una forma más personalizada e interactiva.

Marca.com es el mix perfecto entre los medios tradicionales (Marca TV, Marca Radio y Diario Marca) con la nueva era de medios digitales; a cada segundo transcurrido la página aumenta el número de visitantes por la completa información que ofrece y sus medios tradicionales no han perdido seguidores.

En la actualidad Marca.com supera su propio record de visitantes únicos con 2.929.000 permitiéndole ser la Web más leída de España con más de 364.000 lectores<sup>1</sup>.

Esto es en cuanto al medio digital, sin embargo los medios tradicionales del imperio Marca, no se quedan atrás. Radio Marca nacida en el 2001 como la única cadena radial dedicada en su totalidad al deporte ha conseguido por ejemplo: registrar 505.000 oyentes diarios según la segunda oleada del EGM (Estudio General de Medios) en el año 2009.

---

<sup>1</sup>Extraído el 17/08/09 de: <http://www.marca.com/2009/07/07/corporativo/1246961101.html>

De igual manera Diario Marca con siete décadas de historia, aumento según la (EGM) 18.000 lectores en el 2009, es decir que 2.767.000 españoles son asiduos lectores<sup>2</sup>.

### **1.1.1 Diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y digitales**

Muchos medios tradicionales preocupados por las necesidades de la nueva era construyeron su espacio dentro de la telaraña virtual sin salir de circulación, en el caso de los periódicos o del aire como corresponde a las estaciones de televisión, esto da opciones en cuanto a decidir la recepción informativa diaria, pero al parecer si la innovación no se presenta, la batalla está perdida.

No en todos los países se cuenta con las facilidades para acceder a Internet, ésta es una de las ventajas que aun permite la subsistencia de los medios tradicionales, pero si estos están “actualizándose” ¿Cuáles son las diferencias de los medios tradicionales y los medios digitales?.

Una de las diferencias más importantes tiene que ver con espacio. Las notas informativas no tienen límite de espacio dentro de las páginas Web, por lo contrario, la televisión y la radio tienen el tiempo contado para cada difusión y ni se diga de los caracteres en un periódico.

La actualización y rapidez de datos ha sido un inconveniente para los medios tradicionales, los periódicos por ejemplo deben esperar a un nuevo día para difundir la información, es decir que hablamos de leer noticias pasadas.

El Internet permite modificar, actualizar la información a cualquier hora y cuantas veces sea necesario y ésta llega al usuario mucho más rápido, pero lo que es más importante, es que llega cuando se necesita.

Por otro lado la información dentro de un océano de contenidos como los que encontramos en la Red no es totalmente fiable, podemos hallar sobre un mismo tema diversidad de opinión de profesionales o de aficionados, cosa que no sucede dentro de un diario o un programa de noticias, donde la información es confirmada. Además por la gran cantidad de

---

<sup>2</sup> Extraído el 22/08/09 de: <http://archivo.marca.com/edicion/marca/corporativo/es/desarrollo/1117211.html>

información que le llega al usuario de los medios digitales, se dice que los medios tradicionales permiten mayor concentración.

La diferencia más notoria es la de la interactividad cuestión que dentro de los medios tradicionales es sumamente difícil, pues es un tipo de comunicación unidireccional; En la red de redes gracias a espacios específicamente destinados para la interactividad se logra crear bidirección comunicativa.

Los medios digitales nos llevan a un nuevo mundo donde incluso el idioma es prácticamente diferente e incomprensible para los no tan asiduos usuarios palabras como: weblog, tags, spam o pingback pueden confundirnos, en la presente investigación en los anexos encontraremos un pequeño glosario para despejar ciertas dudas sobre terminologías<sup>3</sup>.

En [www.tctelevisión.com](http://www.tctelevisión.com) a pesar de ser una página aun pequeña encontramos que se cumplen algunos de los aspectos antes mencionados como: la bidireccionalidad comunicativa, existe dentro de la página espacios para que los Cyber-usuarios se expresen como las salas de Chat o la zona de Denuncias esto en el medio tradicional se realiza vía telefónica.

TC dentro de YouTube<sup>4</sup> como una de las herramientas web 2.0 tiene su espacio en el que los videos de la telenovela Candela son subidos para que los usuarios puedan verlos, las veces y en los horarios que ellos elijan, cuestión que en el medio tradicional resulta imposible.

La información en el Canal TC televisión, si llegase el caso de ser urgente se lanza al aire por medio de Noticias de Ultima Hora con el riesgo de que el televidente no hubiese tenido encendido su televisor en ese momento y por ende no reciba la información; El mismo caso dentro de la Web se soluciona subiendo dentro de la ventana Últimas noticias y en cuestión de minutos la información quedará en la página y podrá ser revisada cuando sea y cuantas veces se necesite.

Marca.com ha combinado todo lo que está a su alcance para crear una completísima página dentro de la red de redes, unió a sus medios tradicionales pero también creó espacios

---

<sup>3</sup> Extraído el 12/09/2009 de: <http://www.blogmundi.com/glosario-de-blogging/>

<sup>4</sup> Rojas, Octavio (2007). "Web 2.0" pág. (278), 5.4.4 Opciones de los videos YouTube, ESIC Editorial.

nuevos, que poco a poco han recibido acogida; como por ejemplo: sus blogs, la zona de juegos online, su tienda virtual, entre otros.

Marca tiene muchos espacios interactivos y a pesar de ser una página deportiva, tiene zonas con temas sobre cultura, música y actualidad. La comunicación y la opinión de los usuarios de la página son de suma importancia, por eso Marca permite que se publiquen comentarios sobre todas sus noticias, reportajes, fotografías, trabajos, etc.

La actualización de datos en la página Web de Marca es constante así la información no espera y no tiene límites en cuanto a caracteres, como sucede en el diario.

## 1.2 El Medio Nativo

Imagen Nº 1: Nativo Digital.



Fuente Extraída el 26/05/10 desde [http://storymat.files.wordpress.com/2009/03/digital\\_natives.jpg](http://storymat.files.wordpress.com/2009/03/digital_natives.jpg)

**Comentario [U1]:** Así debe cambiar todas las fuentes OJO

Los medios de comunicación como: periódicos, canales de televisión, radio, etc. Al publicar su información en el Internet, creando su propia página Web: avanzan con el proceso de búsqueda de información, se convierten en medios online.

Sin embargo hay otra clase de medios de comunicación que nacieron en la red, es decir que no tienen “antepasado tradicional”, son estos los llamados medios nativos.<sup>5</sup>

El periodismo tradicional no está muriendo, se está transformando y acoplado a nuevas necesidades. En este escenario diferente en el que nos encontramos, es la tecnología la base de todo, la buena información más la participación de los usuarios, el dinamismo, la personalización, la veracidad, son algunos de los ingredientes para la fórmula mágica en cuanto a medios nativos se refiere.

Existen blogs, páginas Web y micrositios, que nacieron dentro de la red de redes y son espacios destinados a la difusión, se podría decir hasta de manera personal de información en algunos casos, son lugares en donde se analizan temas, se “linkean” otros Websites, se sube todo tipo de archivos fotográficos, audio, video, etc.

Los medios nativos digitales son más que el futuro del periodismo, son el periodismo mismo en plena transformación y por haber nacido en la Web tienen el conocimiento de las herramientas que pueden utilizarse, otra de las ventajas de este tipo de medios es el bajo costo que implica su creación y por eso es una de las más factibles alternativas para quienes buscan expresarse.

Los nativos digitales utilizan las herramientas multimedia de una forma natural y sin complicaciones, son su diario vivir y ya que el consumo de información ha cambiado también las formas de presentarla.

### **1.2.1 Características**

En una entrevista<sup>6</sup> a varios entendidos del tema sobre “Los medios nativos digitales” muchos de ellos opinan que una de las características más fuertes de los medios nacidos en el Internet es la Libertad que tienen en cuanto a espacio y estructuras.

La interactividad es otra de las características que presentan los nativos de la red, gran parte de los usuarios pertenecen a la generación “Y” nacida desde 1981, también se le

---

<sup>5</sup> Extraído el 04/01/10 de: <http://www.congresonuevoperiodismo.com>

<sup>6</sup> Extraído el 02/10/09 de: <http://segundoplanoblog.blogspot.com/2009/10/los-medios-nativos-en-internet.html>



conoce como generación Millenials; La opción de ser partícipes no solo con comentarios sobre determinado tema, sino con notas informativas completas, es una de las posibilidades a la que los internautas tienen acceso.

La necesidad de conocer y de informarse específicamente de cosas que son de nuestro interés, permitió agregar a las características de los medios nativos la personalización de las páginas para que los usuarios decidan qué y cómo quieren conocer. La escritura también puede variar en los medios de Internet se busca ahora algo rápido, sencillo e incluso la informalidad está de moda.

Hay que tomar en cuenta que día tras día se suma la cantidad y diversidad de quienes consumen este tipo de medios para adquirir información, poder ser partícipes de foros, blogs, webs, Weblog, intervenir en nuevas formas para adquirir conocimientos que no solo son entretenidas e interactivas, sino también que obligan a interesarse más y más a medida que los clic del Mouse avanzan.

### **1.3 Web 2.0 y sus Herramientas más utilizadas**

José Luis Orihuela dijo: "La Web 2.0 empezó, cuando alguien tuvo la oportunidad de publicar un contenido en la red"<sup>7</sup>. La Web 2.0 marcó una brecha en lo que es la Web tradicional en ella no existían las inmensas posibilidades que ahora se tiene.

Para comprender lo que es la Web 2.0 debemos tener un conocimiento básico de su pasado, la Web 0.1 por ejemplo se centró en digitalizar lo escrito o publicado en el medio tradicional; es decir transcribir los contenidos<sup>8</sup>.

En el 2004 surgió el término Web 2.0 cuando fue utilizado por Dale Dougherty de O'Reilly Media en una conferencia junto a Craig Cline de MediaLive sobre el renacimiento y evolución de la Web<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Celaya, Javier (2008). "La empresa en la web 2.0" pág. (16-18) 3 ¿Que es la web 2.0?, GESTIÓN 2000.

<sup>8</sup> Extraído el 15/10/2009 de: <http://www.xarop.com/que-es-la-web-20/>

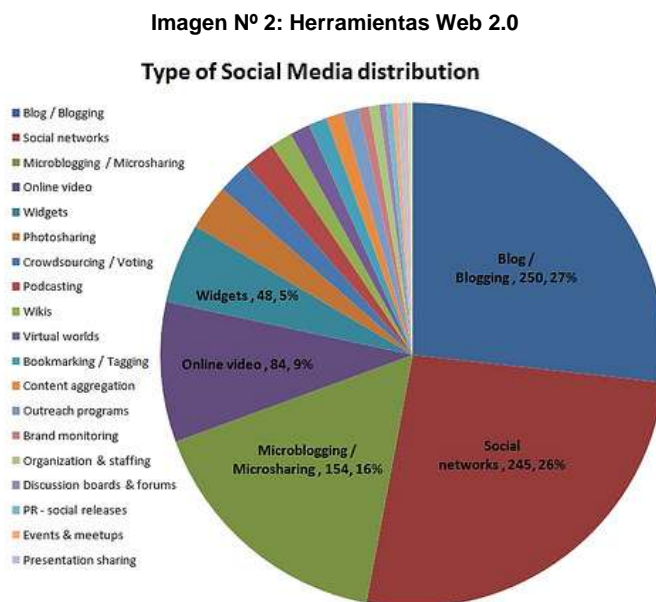
La Web 2.0 se mantiene en proceso evolutivo y más que un conjunto de “tecnologías” es una actitud, con la cual se debe trabajar en la telaraña virtual.

Toda página Web actualmente cuenta con archivos de audio, video o fotografías; estas son algunas de las herramientas de la Web 2.0, las cuales son aplicaciones que generan colaboración y servicios.

En la charla inicial del Web Conference 2008, se habló de los principios que tenían las aplicaciones Web 2.0:

- La Web es la plataforma.
- La información es lo que mueve al Internet.
- Efectos de la red movidos por una arquitectura de participación.
- La innovación surge de características distribuidas por desarrolladores independientes.

Cuadro generalizado sobre cuáles son las herramientas más utilizadas en la Web 2.0.



Fuente: extraída el 05/04/10 de: <http://sicono.com/internet/web-20/herramientas-20-mas-utilizadas/>

Algunas de las herramientas más utilizadas:

### **CORREO ELECTRONICO**

Nos permite enviar o recibir mensajes de cualquier usuario que tenga una dirección de correo electrónico.

### **BLOG**

Un blog, o en español también una *bitácora*, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores

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

### **SOCIAL NETWORKS**

Es una estructura social hecha por organizaciones individuales llamadas “nodes”

[http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_networks](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_networks)

### **MICROBLOGGING o NANOBLOGGING**

Es parecido a un blog pero su contenido es mucho más pequeño, un fragmento de oración una imagen o un video algo simple.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Micro\\_blogging](http://en.wikipedia.org/wiki/Micro_blogging)

### **WIDGETS**

Unas pequeñas aplicaciones que pueden funcionar en el escritorio del ordenador, en el navegador o en ambos, empezaron a denominarse “gadgets” (“artilugios”, “chismes”).

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/widgets/>

### **WIKIS**

Base de conocimiento colaborativa que permite a los lectores añadir y editar contenido

<http://www.blogmundi.com/glosario-de-blogging/>

### **VIRTUAL WORLDS**

Se trata de la simulación de mundos o entornos, denominados virtuales, en los que el hombre interactúa con la máquina en entornos artificiales semejantes a la vida real.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Mundo\\_virtual](http://es.wikipedia.org/wiki/Mundo_virtual)

## **REDES SOCIALES**

Son sistemas abiertos y en expansión constante que incluyen a grupos de personas con las mismas necesidades e inquietudes y que se organizan para desarrollar sus talentos.

## **NEWSGROUPS**

Nos permitan formar parte de determinados grupos de discusión sobre temas de nuestro interés, vía correo electrónico.<sup>10</sup>

Varias son las aplicaciones utilizadas con frecuencia dentro de las páginas Web: las fotografías, los archivos de audio, video, los espacios que permitan interacción y sobre todo el intercambio como: las salas de Chat, foros, entre otros. Son parte de las herramientas más solicitadas en esta nueva generación.

Pero por ejemplo en el caso de videos, fotografías y audio no solo es para un uso personal lo realmente increíble de las posibilidades de la Web 2.0 es el compartir nuestras actividades en el mundo virtual de una manera y tiempo real.

Las redes sociales han transformado la forma de uso que se le daba al Internet, ahora cualquiera con acceso a la red de redes y una computadora puede crear su propia página, personalizarla con los archivos que desee y subir fotografías, o canciones o lo que se imagine.

Lo que busca la Web 2.0 aparte de cubrir los nuevos requerimientos de los usuarios de la telaraña virtual, es dinamizar el proceso cualquiera que éste fuese; es de más atractivo visual una página en la que la nota informativa está ilustrada fotográficamente, a una que simplemente lleve texto y lo más importante es que ahora se puede conseguir una retroalimentación y por ende un verdadero proceso de comunicación.

No solo los medios tradicionales tienen inconvenientes con el Internet sino también los mismos medios digitales que para conseguir más "Visitas" es decir que los usuarios los prefieran, deben permanecer en constante cambio y deben tener un exquisito mix de herramientas Web 2.0 en sus páginas como si de una receta de cocina se tratara.

---

<sup>10</sup> Armentia J., Elexgaray J. & Pérez J. C. (1999) Diseño y Periodismo Electronico, pág. 219 / Bilbao : Servicio Editorial, Universidad del País Vasco

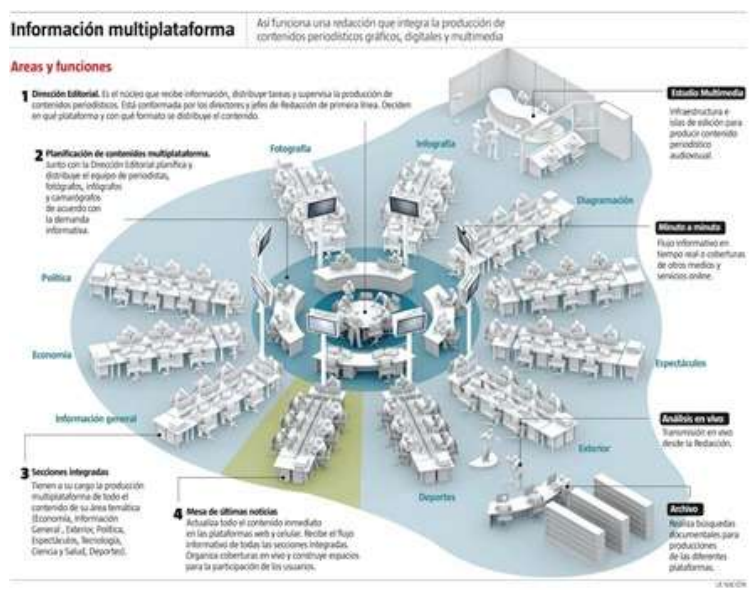
### 1.3.1 Redacciones Digitales

La función fundamental del diseño periodístico es la de facilitar la comunicación de los contenidos.<sup>11</sup>

La transformación que han tenido los medios tradicionales a exigido una metamorfosis en la parte de redacción, no podíamos esperar algo diferente así como los medios y la forma de transmitir la información se están desarrollando también debe modificarse las salas de redacción llevándolas a la era digital.

Lo único seguro es que los comunicadores que trabajen en salas de redacciones digitales deben estar dispuestos a ver el mundo de una forma más abierta y mantenerse en constante cambio.

Imagen N° 3: Sala de Redacción.



Fuente: extraída el 01/02/10 de <http://redacciones.files.wordpress.com/2010/01/lanacionredaccionintegrada1.jpg>

Finalizar la publicación de un diario era el objetivo de las salas de redacción en la antigüedad hoy en día con las salas de redacción digitales el papel de estas ha tomado un

<sup>11</sup> Armentia J." et als." (1999) Diseño y Periodismo Electrónico, pág. 27. / Bilbao: Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.

giro total, hubo un tiempo en el que el contenido del diario se plasmaba tal cual en la página web pero ahora las salas de redacción digitales buscan, crean contenido específico para la página.

Las nuevas aplicaciones, la diversidad de herramientas que la web nos ofrece permite hacer de la comunicación en la red de redes algo más interesante con estas facilidades se crea espacios únicos de información.

Actualmente los periodistas en general deberían ser usuarios asiduos de equipos tecnológicos para facilitar su trabajo, los periodistas digitales armados con un celular y servicio de internet puede hacer historia.

#### **1.4 Integración de las Salas de Redacción**

El Director ejecutivo de “El Diario de Hoy” de El Salvador Fabricio Altamirano<sup>12</sup>, cree que los periodistas tradicionales deben unirse a este nuevo fenómeno, como lo es el periodismo digital, integrando las salas de redacción tratando de encontrar un manual para el éxito (06/10/2008).

**Imagen N° 4: Integración.**



Fuente extraída el 07/04/10 de: <http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/comsoc/redaccion1/arrabal/ddigit.jpg>

---

<sup>12</sup> Extraído 04/08/2009 de:  
<http://www.tormo.com.co/entrevista/62/Fabricio%20Altamirano,%20Director%20Ejecutivo>.

Las salas de redacción tradicionales tienen uno de los más grandes inconvenientes como lo es: el tiempo de publicación; mientras las salas de redacción de los medios digitales a parte de lo tradicional utilizan el nuevo lenguaje, El Lenguaje Multimedia y precisamente en la redacción digital las palabras cortas y el lenguaje más comprensible, claro, sencillo junto con la inmediatez, incluso publicando la noticia desde el mismo lugar de los hechos, son parte integral.

Si en la Guerra el cambio puede asegurar la permanencia, también puede ser aplicado en las Salas de Redacción y obviamente todo cambio implica riesgos pero no necesariamente negativos y se debe tratar cada ejemplo como único, no porque en el caso "A" se consiga cierto tipo de resultados, en el caso "B" ocurrirá lo mismo, es importante el análisis de las posibles reacciones y el saber ubicar en una balanza los aspectos positivos y negativos que traería la integración.

En algunas de las redacciones que ya están integradas, se le está modificando el nombre por el cambio positivo extremo que ha ocurrido desde la unión, como por ejemplo: "Redactores Integrados" como lo explica Fernando Mas subdirector de En el Mundo (España), o "Redacciones Colaborativas" (Lydia Aguirre, diario El País).

Precisamente es ese el fin, Unir las salas de redacciones tradicionales y digitales, crear un espacio integrado de colaboración y conseguir una mejor forma de hacer periodismo y a pesar de que varios sean los aspectos que dificulten esta integración, incluso aspectos personales como la edad, (en las salas de redacción digital los jóvenes son quienes más están involucrados cosa que no ocurre en redacciones tradicionales), si se puede crear un ambiente unido propicio de colaboración.

Según Pablo Mancini dice: "Existen 5 agujeros negros dentro de la integración de salas de redacción" en una publicación a través de la web<sup>13</sup>, los cuales son:

- Falta de casos exitosos que hayan integrado sus salas de redacción.
- Como mejorar la calidad del producto (La información).
- Qué otros productos va a generar el medio capitalizando la integración.
- Cómo va a mejorar la rentabilidad de la empresa.

---

<sup>13</sup> Extraído el 23/09/09 de: <http://www.amphibia.com.ar/integracion-de-redacciones-5-agujeros-negros/>

- En caso de que la integración sea un fin que puede responder esos cuatro desafíos, cuál es la mejor manera de llevarla adelante como un proceso de rediseño organizacional.

Los periodistas que muestren interés en formar parte de las herramientas multimedia son los que se necesita que participen; Se trata de conseguir un periodismo riguroso, pero a través de muchos canales y voces, y que mejor forma de conseguirlo que integrando a los periodistas tradicionales con los online. Los medios tradicionales deben apostar más por la innovación (Fabricio Altamirano).

### 1.5 Propiedad Intelectual

Imagen N° 5: Privacidad.



Fuente extraída el 13/05/10 de: <http://marketing.blogs.ie.edu/archives/facebook-privacy.jpg>

La propiedad intelectual en el Ecuador tiene su propia ley la cual se aplica a Nacionales y Extranjeros domiciliados o no en el País de una forma igualitaria, en esta ley se reconocen y valora los derechos que tienen cada autor y cada obra; en La Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador encontramos:



La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos los siguientes:

En los anexos encontraremos la primer parte de La Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador y los avisos legales de las páginas que se investigaron en el presente trabajo.

- a) Las invenciones;
- b) Los dibujos y modelos industriales;
- c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados; d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
- d) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
- e) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
- f) Los nombres comerciales;
- g) Las indicaciones geográficas, o
- h) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

## CAPÍTULO II

### 2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS MARCA.COM Y TC TELEVISIÓN

#### 2.1 Breve historia y análisis de la situación actual del medio

Los medios de comunicación alrededor del mundo entero se han visto obligados a modificar su información y sobre todo la forma de presentarla, otros, sencillamente descubrieron que hay distintos espacios donde se puede hacer comunicación, estamos hablando del Internet, un espacio fresco y nuevo donde numerosos medios tradicionales están participando y otros medios llamados los digitales nacieron aquí.

En la presente investigación se analizó específicamente dos medios como lo son: [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com) y [www.marca.com](http://www.marca.com) el uno Nacional y el otro extranjero respectivamente. A continuación vamos a conocer un poco de su pasado y su actual situación (año 2009).

##### 2.1.1 Tc televisión

Imagen N° 6: Logo 1



Fuente extraída el 12/05/10 de: <http://www.cnj.gov.ec/www/images/consejo/medios/tctelevision.gif>

<b>Nombre:</b>	TC Televisión.
<b>Eslogan:</b>	“Mira Diferente También”
<b>Operado por:</b>	Cadena Ecuatoriana de Televisión C. A.
<b>País:</b>	Ecuador.

**Inicio de transmisión:** 30 de mayo de 1969  
**Sitio Web:** www.tctelevision.com  
**Inicio página Web:** mediados del 2002  
**Plataforma:** Linux  
**Tiempo actualización:** 3 veces al día.

Imagen N° 7: Portada TC web



Fuente extraída el 17/06/10 desde: <http://www.tctelevision.com/>

El 30 de mayo de 1969, Ismael Pérez Perasso fundó La Cadena Ecuatoriana de Televisión Canal 10, más conocida en aquella época como Telecentro.

En sus inicios Telecentro estuvo siempre orientada a las clases sociales más populares y fue con esa acertada decisión, que logra posicionarse como una de las mejores cadenas de televisión en cuanto a programa familiares se refería, a continuación una lista de los programas con más éxito:

- Haga Negocio Conmigo.
- A todo dar.
- Cosas de casa.
- Mariaca en su salsa.
- Emergencia.

- Acción del sábado.
- Puerta a la fama.
- Soul Train.
- Tiko Tiko.
- Tío Johnny.
- Quién sabe, sabe.
- Salsa 10.
- Chispitas.
- Chispazos, etc.

Alrededor de 1992 (según Wikipedia) Telecentro cambia su imagen y su nombre a Tc televisión, mejorando su programación y en la misma década también transforma sus instalaciones.

Una de las características a lo largo de los años del canal, ha sido su producción nacional la cual es digna de orgullo y dueña del 60% de la programación general, TC ha creado campañas exitosas, que perduran en el corazón de sus televidentes como: Shucuchucupau o Racachaclapum.

Una de las últimas campañas más queridas realizadas por TC televisión fue en el año 2004, con el fin de unificar a los ecuatorianos se lanza al aire la canción interpretada por Juan Fernando Velasco y Pamela Cortez “Yo nací en este país”, la cual todavía hace emocionar a los seguidores.

Sin embargo el alto costo operativo no pudo ser sobrellevado por sus primeros dueños y cayeron en mora con La Filantrópica, luego conocida como Filanbanco. Así fue como el canal pasó a manos de la familia Isaís Barquet (según Wikipedia), y siendo un martes 8 de julio del año 2008, La Agencia de Garantía de Depósitos (A.G.D.) incauto todas las empresas del grupo Isaís incluyendo TC televisión.

En la actualidad TC se mantiene al aire con su conocida producción nacional y programas concursos como Fama o Drama, que mantienen a los televidentes pegados a sus televisores.

El Web site de Tc: [www.tctelelevision.com](http://www.tctelelevision.com), aparece en la telaraña virtual a mediados del año 2002, con un lenguaje jovial, sencillo y directo; trata de cubrir las necesidades de sus definidos seguidores y de quienes día tras día se unen a la gran familia, TC Web cuenta con una plataforma Linux desde el año 2003, hasta la fecha (29 de noviembre del 2009).

Son cincuenta mil usuarios aproximadamente quienes han visitado el Web site, la mayor parte de sus notas informativas están ilustradas fotográficamente, los contenidos en la página tiene una distribución accesible y permite encontrar el espacio buscado con facilidad, si se necesita volver a la página portada, solo es cuestión de dar un clic en el logo de la empresa.

El Web site del canal ecuatoriano con sus colores alegres permite con espacios interactivos la participación de los Cyber usuarios, en cuanto al personal que labora para la página, podemos decir que tienen conocimiento sobre redacción, programación y diseño para páginas en la red, los sueños, metas y anhelos de quienes hacen [www.tctelelevision.com](http://www.tctelelevision.com) día a día con trabajo y esfuerzo se van haciendo realidad.

Tc Televisión colaboró en todo cuanto pudo en la presente investigación, facilitaron a la medida de lo posible información, también contribuyeron con una entrevista realizada a manera de cuestionario que podrá ser ubicada en la parte de anexos.

### **2.1.2 Marca.com**

**Imagen Nº 8: Logo 2**



Fuente extraída el 12/05/10 de: <http://futsalvillena.files.wordpress.com/2009/12/marca.jpg>

**Nombre:** Marca.com  
**País:** Madrid.  
**Inicio de transmisión:** año 1995  
**Dirección:** Dirección Avenida de San Luis, 25-27  
28033 MADRID  
Atención al usuario:  
902 996 111  
**Sitio Web:** www.marca.com  
**Inicio página Web:** año 1995  
**Tiempo actualización:** constantemente

#### Imagen Nº 9: Portada Marca.com



Fuente extraída el 18/06/10 de: <http://www.marca.com/>

En sus inicios Marca Digital, le apostó todo al aquel entonces, nada confiado nuevo medio de comunicación: El Internet y aunque muchos pronosticaron la derrota, Marca Digital no se equivocó

Marca.com creada el 30 de noviembre de 1995 pero hasta 1996 en La Eurocopa de Inglaterra, fue que reafirmó sus esperanzas, cuando por medio de la red de redes alcanzaron un muy buen número de seguidores.

El manejo de aplicaciones de la Web 2.0 facilita a los usuarios la convivencia diaria que tienen con la página, podemos hallar: videos, álbumes fotográficos, de audio, marcadores online, encuestas, foros, más claro podemos decir que Marca.com prácticamente lo tiene todo. Marca.com se mantiene en constante evolución de contenidos y de imagen sin moverse de su base que es lo deportivo, a través de la rápida actualización sorprende a internauta cada vez que éste ingrese a la Web con nueva información en cuestión de minutos.

Por cuestiones de distancia y las diversas actividades que realiza el imperio Marca, la comunicación fue muy dificultosa a pesar de eso me hicieron llegar un par de datos que me fueron de suma utilidad, sin embargo al momento de la entrevista fue imposible conseguir más información, la comunicación se cortó totalmente.

Durante 10 años podemos ver según estadísticas encontradas en la misma página, cuanto ha incrementado el número de seguidores, tomando en cuenta que actualmente alcanzó récords mundiales y se supero a sí misma, Marca.com es sin duda alguna una página que sabe lo que quiere y tiene las facilidades para conseguirlo.

Cifras a partir de la creación de la página Web de marca.com durante diez años.

**Tabla Nº 1: Cifras durante diez años<sup>14</sup>**

Año	Visitas por mes
1995	116.548
1996	896.154
1997	1.589.567
1998	3.332.407
1999	14.437.289
2000	48.575.103
2001	75.117.962
2002	113.306.355
2003	131.449.965
2004	147.636.180
2005	310.984.080

Marca.com actualmente ha roto sus propios records de visitantes, utilizando nuevas aplicaciones y redes sociales como el Facebook se abrió espacio y ahora cuenta con un abanico de contenidos que van, desde lo suyo que es el deporte, hasta ocio, cultura, cine, entre otros.

<sup>14</sup> Extraído el 25/10/09 de: <http://archivo.marca.com/10aniversario/editorial.html>

## **CAPITULO III**

### **3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

#### **3.1 Resultados (Semana Compuesta)**

Durante siete días, que corresponden a la semana compuesta de investigación, es decir un lapso de tiempo de siete semanas, que empezaron el día lunes 7 de septiembre, para finalizar el día domingo 25 de octubre del año 2009, con técnicas como la observación, recolección de datos, entre otras, se analizaron: la página Web del canal ecuatoriano TC televisión, [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com) y la página Web de la reconocida empresa española Marca, [www.marca.com](http://www.marca.com).

Se creó la investigación con el fin de descubrir la situación actual en la que se encuentran los medios de comunicación, nacionales e internacionales; como parte del programa de graduación, de la Universidad Técnica Particular de Loja educación abierta y a distancia.

##### **3.1.1 Análisis Cuantitativo Marca.com-Diario Marca**

Con ayuda de tablas especialmente diseñadas, se pudo registrar datos cuantitativos de la comparación de portadas entre el medio digital ([www.marca.com](http://www.marca.com)) y el medio tradicional ([www.diariomarca.com](http://www.diariomarca.com)), durante los siete días de la semana compuesta de investigación.

Tabla promediada según resultados de las siete tablas correspondientes al análisis Cuantitativo, entre la página portada de [Marca.com](http://www.marca.com) y la página portada de [Diario Marca](http://www.diariomarca.com), durante la semana compuesta:

A continuación se consolidaron las tablas correspondientes al análisis cuantitativo.



**Tabla Nº 2: Análisis Cuantitativo versión Impresa - Digital “Marca”**

DIARIO MARCA		MARCA.COM	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	0,1	Sociedad	1
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5,1	Deportes	17,6
Otros: Publicidad y Promociones	0,7	Otros: Publicidad y Promociones	5
FUENTES		FUENTES	
Directas (primera mano)	3,7	Directas (primera mano)	13,9
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	0,4
Instituciones privadas	1	Instituciones privadas	2,1
Documentales	-	Documentales	-
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
Noticia	1,9	Noticia	4
Crónica	0,1	Crónica	2,4
Reportaje	1,6	Reportaje	4,7
Entrevista	1,6	Entrevista	6,7
IMAGEN		IMAGEN	
Fotografías a color	4	Fotografías a color	10,7
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	0,4
Ilustraciones	1,3	Ilustraciones	2,4
Caricaturas	-	Caricaturas	3,4
Infografía	0,9	Infografía	1,1
		Video	4,6

### 3.1.1.1 Sección

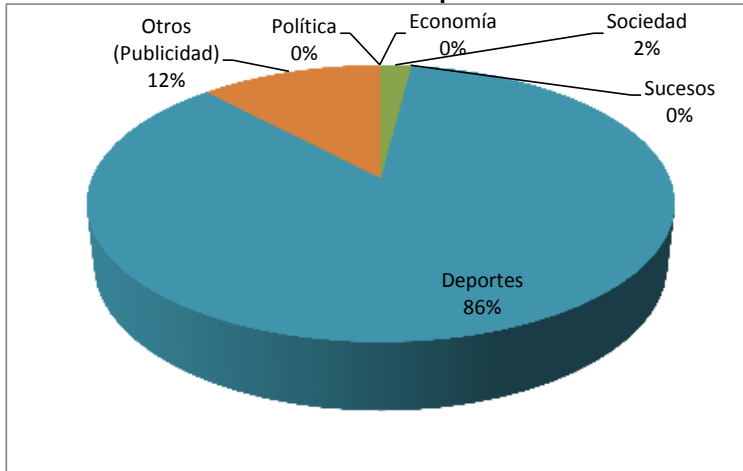
La siguiente tabla nos presenta los porcentajes de cada una de las secciones que encontramos en la portada digital y la portada impresa.

**Tabla Nº 3: Análisis Comparativo de las Secciones MARCA**

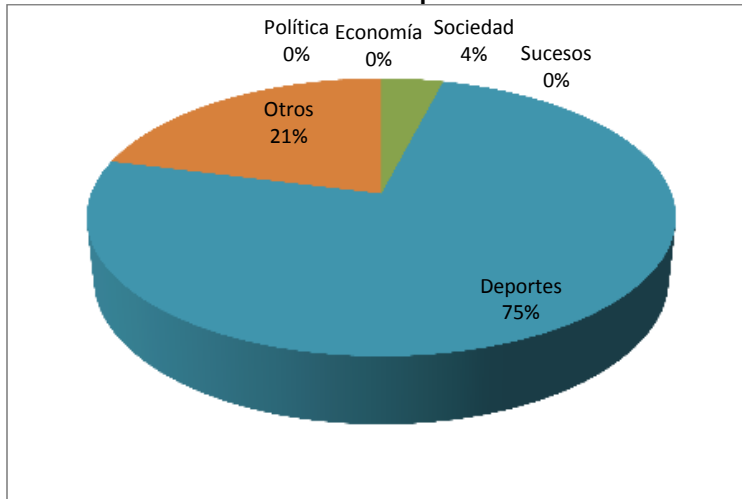
MEDIO IMPRESO		MEDIO DIGITAL	
SECCIÓN	PORCENTAJE	SECCIÓN	PORCENTAJE
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	2%	Sociedad	4%
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	86%	Deportes	75%
Otros (Publicidad)	12%	Otros (Publicidad)	21%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Las siguientes son gráficas por colores, para mejor comprensión de los porcentajes plasmados en la tabla N° 3.

**Gráfico N° 1: Secciones – portada Diario Marca**



**Gráfico N° 2: Secciones – portada Marca.com**



A pesar de saber que Marca es un imperio meramente deportivo, encontramos en los dos gráficos, espacios destinados para la publicidad y para la sociedad, en ambos casos tanto en el medio digital y el medio impreso reafirmamos que el contenido informativo de Marca es, en mayor cantidad deportivo, en el medio tradicional con un 86% y en el medio digital

con 75%; de igual manera a la publicidad le dan un espacio del 12% y 21% respectivamente y en cuanto a sociedad Diario Marca le otorga un 2% y Marca.com un 4%. Con esto podemos concluir: Los dos medios de comunicación son a nivel información – deportiva, incluyen una cantidad de publicidad y se adentran levemente en lo que tratan temas sociales.

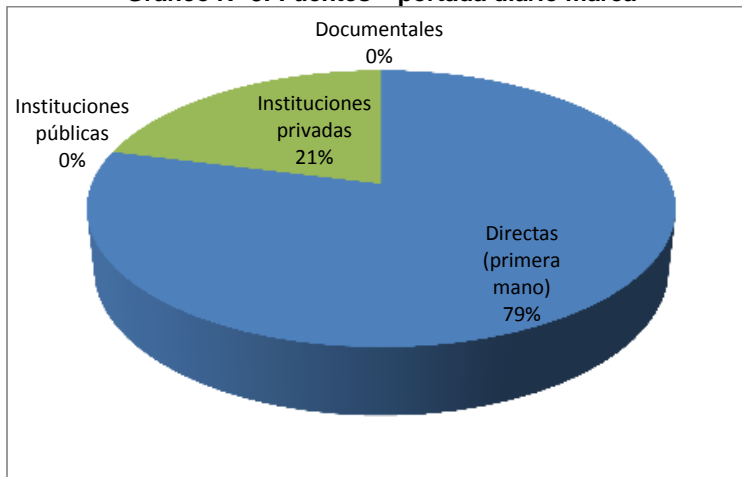
### 3.1.1.2 Fuente

En esta sección ubicaremos las fuentes a las cuales los medios recurrieron, para obtener la información de sus contenidos.

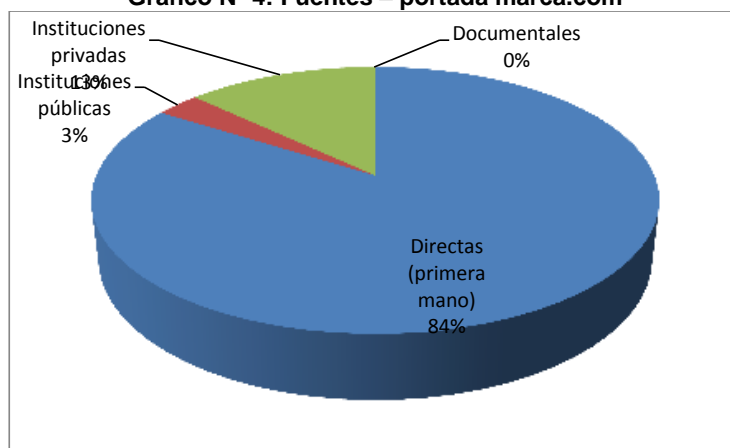
**Tabla Nº 4: Análisis Comparativo de las Fuentes MARCA**

MEDIO IMPRESO		MEDIO DIGITAL	
FUENTE	PORCENTAJE	FUENTE	PORCENTAJE
Directas (primera mano)	79%	Directas (primera mano)	84%
Instituciones públicas	-	Instituciones públicas	3%
Instituciones privadas	21%	Instituciones privadas	13%
Documentales	-	Documentales	-
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 3: Fuentes – portada diario marca**



**Gráfico N° 4: Fuentes – portada marca.com**



Marca Diario y Marca.com trabajan en mayor porcentaje con fuentes directas, es decir de primera mano con un 79% y 84% respectivamente, probablemente éste sea uno de los factores por el cual tienen, tanto la versión online como la tradicional tanta acogida. En Diario Marca también pudimos encontrar fuentes dentro de instituciones privadas con un 21% y en Marca Web fuentes de: instituciones privadas con 13% e instituciones públicas con 3%. Podemos concluir diciendo: En ningún caso utilizan los documentales como fuente, las fuentes directas son las principales y acuden más a fuentes de instituciones privadas que publicas.

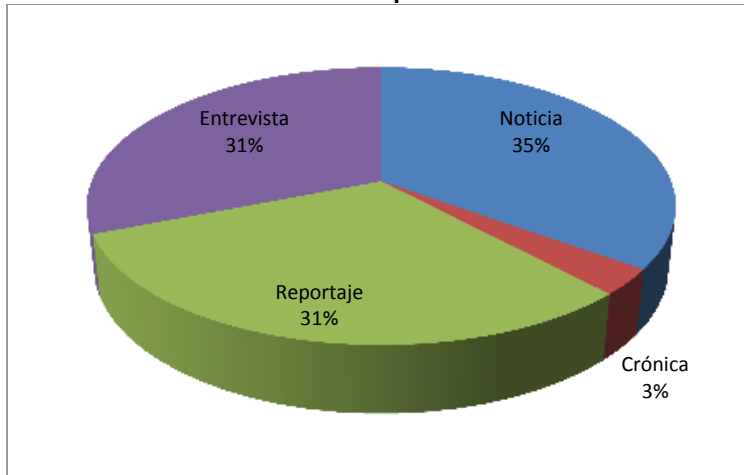
### 3.1.1.3 Género

¿Qué género predomina en el imperio Marca: la noticia, la crónica, el reportaje o la entrevista?

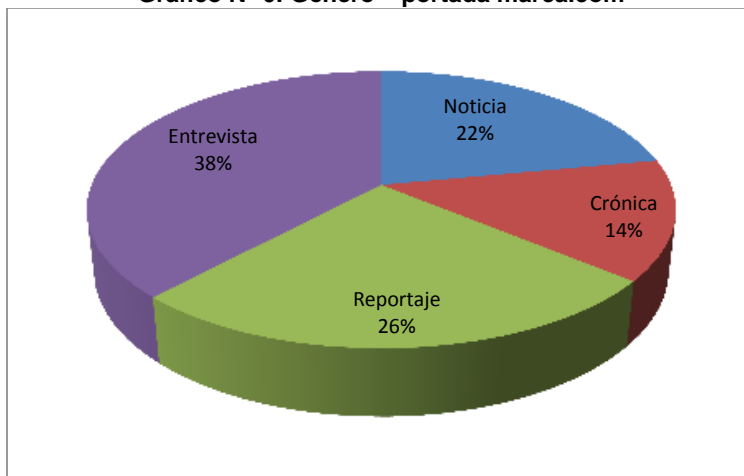
**Tabla N° 5: Análisis Comparativo de los Géneros MARCA**

MEDIO IMPRESO		MEDIO DIGITAL	
GENERO	PORCENTAJE	CYBERGENERO	PORCENTAJE
Noticia	35%	Noticia	22%
Crónica	3%	Crónica	14%
Reportaje	31%	Reportaje	26%
Entrevista	31%	Entrevista	38%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 5: Género – portada diario marca**



**Gráfico Nº 6: Género – portada marca.com**



En este cuadro encontramos una diferencia dentro de los géneros noticia y entrevista, pues es el primer género el predominante dentro de la versión tradicional (35%) y el segundo en la versión online (38%), también tenemos en Diario Marca un valor porcentual igual con los géneros (31%): Reportaje y entrevista. Como Cyber géneros: la crónica recibe un 14% y el reportaje un 26%. Estos resultados son comprensibles en cierto modo, pues en la página Web el espacio es mucho más amplio; En el caso del medio impreso La Noticia y en el caso del medio digital La Entrevista son los géneros que predominan sin embargo los dos medios de comunicación utilizan cada uno de los géneros en porcentajes adecuados.

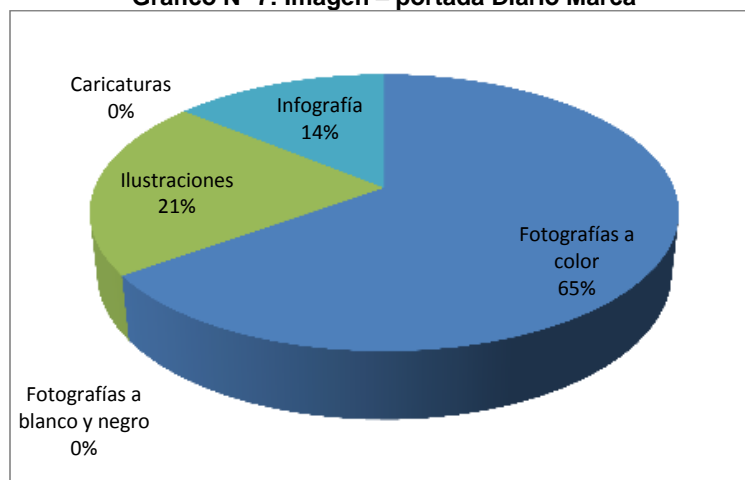
### 3.1.1.4 Imagen

Encontraremos en la siguiente tabla un análisis de los apoyos gráficos que utiliza Marca en el medio digital y en el medio impreso.

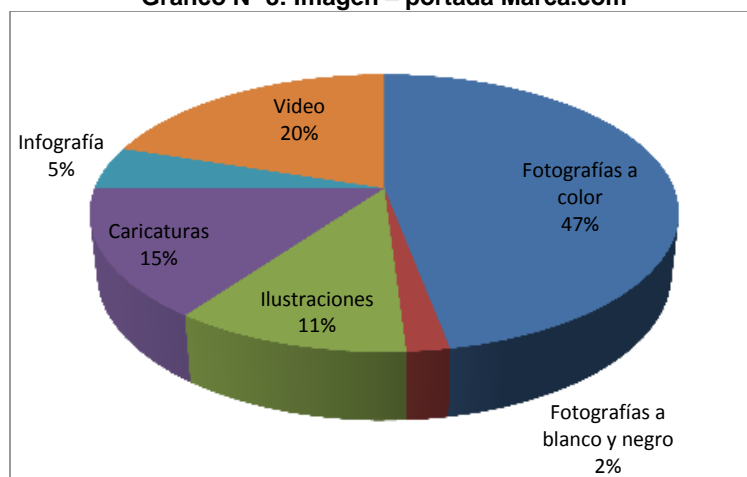
**Tabla Nº 6: Análisis Comparativo de las Imágenes MARCA**

MEDIO IMPRESO		MEDIO DIGITAL	
IMAGEN	PORCENTAJE	IMAGEN	PORCENTAJE
Fotografías a color	65%	Fotografías a color	47%
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	2%
Ilustraciones	21%	Ilustraciones	11%
Caricaturas	-	Caricaturas	15%
Infografía	14%	Infografía	5%
		Video	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 7: Imagen – portada Diario Marca**



**Gráfico N° 8: Imagen – portada Marca.com**



Dentro de las dos versiones (online y tradicional) las fotografías a color son las más explotadas (47% y 65%), Fotografías en blanco y negro (2%), caricaturas (15%) y videos (20%) son herramientas propias de la página Web, Las infografías e ilustraciones están presentes en mayor porcentaje dentro de la portada de Diario Marca con: 14% y 21%.

El medio digital utiliza todo el apoyo gráfico que puede, cada una de sus notas informativas tiene contenido fotográfico y de video, explotan este género informativo. En el medio impreso encontramos en su gran mayoría fotografías a color.

### **3.1.2 Análisis tabla cualitativa**

#### **3.1.2.1 www.tctelevision.com**

En el siguiente análisis observaremos la situación actual del medio de comunicación en la Web, durante siete días desde las 9:00 am. , con espacios de tiempo de (dos) 2 horas se revisó la página, [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com), hasta las 21:00 pm. El propósito es descubrir, con la ayuda de la siguiente tabla varios parámetros que debería cumplir un medio online.

A continuación, el resultado de la investigación por medio de cada uno de las tablas, con técnicas como la observación, el análisis, entre otras:

**Tabla Nº 7: Análisis Cualitativo de los Contenidos Informativos.**

Contenido.	Si/No	Detalle.	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo. Urgente. Última Hora.	- - Si	En la página principal de TC Web, encontramos una ventana con las Últimas Noticias cargadas.	Libre Acceso.
Coberturas Móviles.	-	-	-
Especiales.	-	-	-
Micrositios.	-	-	-
Portales Verticales.	-	-	-
Otras.	-	-	-

En cuanto a Contenido Informativo y sobre todo en lo que a inmediatez se refiere pudimos observar que: La ventana de Últimas Noticias, era actualizada aproximadamente a partir de las 17:00 h., no cuentan con coberturas móviles y existe durante toda la investigación, un “reportaje” sobre Las Ballenas en la ventana de turismo, con fecha de 2009/06/12. Como espacio fijo de seguimiento podría considerarse la zona de links que se mantiene desde el inicio como “espacio en construcción”.

**Tabla Nº 8: Análisis Cualitativo de los Recursos Audiovisuales y Multimedia.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	-	Cada Nota Informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	-
Fotogalería	Si.	En la pantalla principal encontramos una ventana Galería o por medio de “Talentos” al desplegarse muestra una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc. (No se modifica).	Libre acceso.
Foto – móvil	-	-	-
Audio galería	-	Solamente mp3 promocionales y hay que seguir tres pasos para la descarga.	Libre acceso.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite la descarga de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales en formato mp3.	Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	-	-	-
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips de sus producciones, pero tarda demasiado en cargarse.	Libre acceso



Video <i>on streaming</i> (en vivo)	SI	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	-	-	-
Gráficos animados / interactivos	-	-	-
Mapas interactivos	-	-	-
Infografías animadas	-	-	-

La mayor parte de las notas informativas tiene su propia y única ilustración fotográfica, en no muchas de las fotografías al pasar el apuntador sobre ella nos deja ver datos de la misma, en cuanto a la fotogalería la página de TC tiene muy buena imágenes de excelente calidad fotográfica y fácil acceso, no cuenta con foto Móvil pero si permite a los usuarios bajarse fotografías de los talentos de pantalla a sus celulares con un costo menor (menos de dos dólares americanos), para escuchar y descargar música (mp3 promocionales de la programación en TV), se debe seguir tres pasos aunque la acción tarda, igualmente sucede con los videos y a la programación en vivo, no cuenta con gráficos animados, mapas interactivos ni tampoco infografías.

**Tabla Nº 9: Análisis Cualitativo de la Hipertextualidad.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.	-	-
Enlaces intra – texto	No.	-	-
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.	-	-
Sindicación de noticias de otros medios	No.	-	-

La Hipertextualidad es una herramienta de la Web 2.0 que permite el empleo de hipervínculos y por ende la diversidad de fuentes para el contenido de una página. Dentro de la tabla de la hipertextualidad de TC televisión Web, encontramos hipertexto como por ejemplo a la zona interactiva, una falta de Enlaces Relacionados, Enlaces Intra-texto, Diarios y Sindicación de Noticias, en cuanto a Enlaces Internos la página de Tc presenta en la parte

izquierda de la pantalla sus contenidos y con un clic, se puede ingresar en cada uno de ellos.

**Tabla Nº 10: Análisis Cualitativo del Área de Participación de Lectores.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En "Quienes somos" encontramos "Contactos" donde se despliega una ventana con los teléfonos y de los periodistas, directores, el e-mail del Web máster de la página, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión en once salas diferentes.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	-	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.	-	-
Entrevistas <i>online</i> ( <i>chats con personajes</i> )	Si	En "Pon TC" se puede mensajear con las chicas de la agrupación "Kandela y Son" que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> ( <i>especialistas responden</i> )	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	Libre acceso.
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream)	No. No. No. No. No. No.	Tc tiene en Youtube todos los capítulos de la novela Kandela, para que sus seguidores no se pierdan de ningún detalle.  Además en el canal de Youtube se puede dejar los comentarios de los televidentes con respecto a la novela.	-

- Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No.		
---	-----	--	--

Analizando el área de participación de los usuarios encontramos: En la portada está la opción: “Quiénes somos” y ahí encontramos “Contactos” con un clic, se despliega una ventana con los teléfonos de los periodistas, directores, el e-mail del Web máster de la página, etc. Las Encuestas en su mayoría tratan sobre la noticia del día o sobre los reality shows del canal de televisión de la página, Los Foros permiten a los Televidentes-Usuarios comentar sobre las novelas incluso TC Web tiene su propio canal en youtube sobre la Novela (producción nacional) Kandela, se puede a través del servicio de Chat y sus tres salas o de el espacio “Pon Tc” tener entrevistas en vivo con los talentos de Pantalla.

**Tabla Nº 11: Análisis Cualitativo de la Producción de Servicios Web 2.0.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs	No.	-	
Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> )	No.	-	
Video blogs	No.	-	
Foto – blogs	No.	-	
Mo blogs (contenido móvil)	No.	-	-
Blogs de periodistas	No.	-	
Blogs de secciones	No.	-	
Blogs de especialistas	No.	-	
Presencia en Flickr	No.	-	-
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	<a href="http://www.youtube.com/tctvecuador">http://www.youtube.com/tctvecuador</a>	Libre acceso.
Wiki	Si.	Podemos encontrar un poco de la historia de Tc televisión como canal sin embargo en la página de Tc no hay enlaces a la Wikipedia.	Libre acceso.
Microblogging	No.		
Tipo de presencia en <i>twitter</i>			
- Presencia con titulares Web	No.		
- Presencia con contenido propio	No.	-	-
- Presencia con periodistas en Twitter			
- Integración de Twitter en el	No.		

sitio Twitter móvil	No		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.	-	-
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	No    Si.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.

Sobre los servicios Web 2.0 de [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com): cuenta con su canal propio y contenido específico en You Tube y como red social podemos hallar tres salas de chat dentro de la misma página, En Wikipedia podemos encontrar un poco de los inicios de TC televisión y un enlace a TC Web sin embargo desde la página de Tc no existe un enlace a la Wikipedia.

**Tabla Nº 12: Análisis Cualitativo de la Personalización y Acceso a la Información, adaptación de los contenidos a las demandas y necesidades de los lectores.**

a) Adaptación de los contenidos a las demandas y necesidades de los lectores:			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.	-	-
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	-
Ediciones para discapacitados	No.	-	-

b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de la información:			
Barra de navegación	No	-	-
Buscador		Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.	-	-
Mapa del sitio	No.	-	-
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.	-	-
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Ultimas Noticias que aparece al ingresar en la página.	-
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.	-	-
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.	-	-
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.	-	-
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un grafico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

La portada de la página de TC es de tipo corto, basta con un clic para que la información se amplíe, no se puede personalizar; pero al momento de registrarse como usuario se puede decidir qué información recibir al e-mail, en portada encontramos una ventana de “Ultimas Noticias” pequeña con solo titulares y los respectivos enlaces, algunas de las fotografías nos permiten modificar su tamaño.

Recuperación, almacenamiento y o difusión de la información: Tc permite la impresión de sus notas con la ayuda de un gráfico ubicado en la parte superior derecha de cada una de ellas, junto al botón de impresión esta también, el que sirve para compartir vía correo electrónico las notas informativas con quien el usuario desee, TC Web Tiene suscripción al e-mail de forma gratuita y al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos, se puede ingresar en la página como usuarios y tener acceso como a las salas de chat y zonas interactivas.

**Tabla Nº 14: Análisis Cualitativo de los Servicios Comerciales**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.	-	-
Avisos clasificados	No.	-	-
Promociones	No.	-	-
Otros	No.	-	-

Servicios Comerciales: El Único espacio como servicio para comerciantes es el de Publicidad, pero se encuentra en construcción. La publicidad de la página Web se realiza a través del canal de TV y últimamente se lanzó el álbum virtual de Tc para atraer más usuarios.

**Tabla Nº 15: Análisis Cualitativo de la Información y Servicios**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.	-	-
Transporte público / carreteras	No.	-	-
Programación TV	Si.	Empezando a las 00:30 para finalizar a las 23:55. En Tc Web encontramos la programación televisiva de cada día de la semana con su respectivo horario.	Libre acceso.
Programación radio	No.	-	-
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.	-	-
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web.	Libre acceso.

Entre los servicios que el Cyber usuario puede encontrar en la página el calendario de TC realizado con los talentos de pantalla y es de libre acceso, también podemos encontrar la programación del canal de televisión de cada día de la semana y con el horario correspondiente, no ofrece el servicio de meteorología, ni directorio.

**Tabla Nº 16: Análisis Cualitativo de la Información y el ocio.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Juegos <i>online</i>	No.	-	-
Concursos	No.	-	-
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3, videos, fotografías promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.	-	-
Humor	No.	-	-
Sorteos	No.	-	-
Otros (postales)	No.	-	-

En cuanto a Ocio Tc Web tiene la zona interactiva con salas de chat y la posibilidad de descarga de archivos mp3, fotografías, y audio promocional, también existe un espacio donde los usuarios pueden ver los tras cámaras de Tc televisión, el acceso a redes como Facebook o You 39uve del mismo modo son uno de los espacios de ocio de Tc Web.

**Tabla Nº 17: Análisis Cualitativo de la Información Institucional.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.	-	-
Mapa del sitio	No.	-	-

Tc en su página presenta a los usuarios información sobre los valores y ética institucional, la sección para contactar a quienes trabajan en Tc es de libre acceso y en ella encontramos desde e-mails a números telefónicos y la zona para publicidad se mantiene en construcción.

### 3.1.2.2 Análisis tabla Cualitativa www.marca.com

La tabla presentada a continuación, es el resultado de un período de análisis, observación y recolección de datos dentro de la semana compuesta. La jornada de siete días, en siete semanas; empezó a las 09:00, para finalizar a las 21:00 con lapsos de 2 horas.

Así fue por medio de varias técnicas, que se pudo concluir:

**Tabla Nº 18: Análisis Cualitativo de los Contenidos Informativos.**

Contenido.	Si/No	Detalle.	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo. Urgente. Ultima Hora.	SI SI SI	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente en un mismo día.	Libre Acceso.
Coberturas Móviles.	-	-	-
Especiales.	SI	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes.	Libre acceso.
Micrositios.	SI	Sobre variedad en temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales Verticales.	SI	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otras.	SI	-	Libre acceso.

Marca.com tiene coberturas en vivo, ventanas con información Urgente y Ventanas con Noticias de Ultima Hora sobre todos los acontecimientos deportivos más relevantes, No se encontró información sobre coberturas móviles, pudimos hallar una sección especial para reportajes que al igual que toda la información en la página está en constante actualización, también existe una gran cantidad de micrositio y portales verticales en su mayoría sobre deportes y alguno sobre cultura y ocio.

**Tabla Nº 19: Análisis Cualitativo de los Recursos Audiovisuales y Multimedia.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.



Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día	Libre acceso.
Foto – móvil	No.	-	Libre acceso.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio.	
Audio <i>on demand</i>	Si.	-	Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.	-	Libre acceso.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Existe un blog Marcatoons, es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.
Mapas interactivos	No.	-	-
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción.	Libre acceso.

La mayor parte de las notas informativas de Marca.com tienen su propia galería fotográfica, video, gráficos, entre otros, además encontramos un espacio destinado no solo a las fotogalería sino también a las fotografías más importantes del día “Mejores imágenes del día”, en la página principal de Marca.com podemos hallar en la parte superior derecha un botón para ingresar a: Marca TV y Marca Radio, donde está publicada toda la información necesaria de ambos medios de comunicación y tiene la opción de acceso online; es decir podemos escuchar y ver la imágenes en tiempo real, si existen en la página gráficos animados de hecho uno de los links más visitados es Marcatoons además algunas notas para mejor entendimiento del usuario ,tienen Infografías.

**Tabla Nº 20: Análisis Cualitativo de la Hipertextualidad.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.	-	-
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.

Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.
---------	-----	---	---------------

En las diferentes opciones dentro de la página principal y subpáginas de Marca.com podemos encontrar Enlaces Relacionados que nos permiten encontrar información adicional referente a la que ya habíamos buscado, Enlaces Internos a cada una de las zonas que marca presenta, Enlaces Externos y en la opción Diarios: Marca.com cuenta con Diario Marca, el cual permite ver las portadas desde enero del 2004 y en el enlace existe la versión completa online.

**Tabla Nº 21: Análisis Cualitativo del Área de Participación de Lectores.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo) enviando dependiendo del departamento que necesites un mensaje con tu solicitud, tus datos y el e-mail. Además en "Nuestro Equipo" el contacto se clasifica en quienes laboran en marca.com radio marca y marca	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	¿Debería forzar Cristiano Ronaldo para el partido contra Sevilla? Una de las encuestas del día.	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas".	
Entrevistas online (chats con personajes)	Si	La entrevista del día era con: Raúl capitán del equipo madridista.	Libre acceso
Consultorio online (especialistas responden)	No.	-	-

Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si.  Si.  No.  Si.  No.  Si.  No.  Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como You 43uve, Facebook y Twitter.	Libre acceso.

La participación de los usuarios para Marca.com es de suma importancia, permiten el contacto de todos quienes hacen el grupo Marca publicando sus correos electrónicos y permitiendo enviarles un mensaje a través de la misma página, uno de los atractivos principales de Marca son sus foros y encuesta que se encuentran en permanente actualización, en cada nota informativa los usuarios pueden votar y además comentarla (Los comentarios quedan guardados y visibles), todos los días se puede revisar el calendario de actividades Marca y ahí informarse de quien estará vía online en entrevista, Además la página cuenta con enlaces a varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen, a través de la Web se puede ingresar a Facebook, Twitter, You 43uve, entre otros.

**Tabla Nº 22: Análisis Cualitativo de la Producción de Servicios Web 2.0.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Libre acceso.
Presencia en Flickr	No.	-	-
Video (Canal en Youtube)	Si.	En la página encontramos un enlace al canal de marca en Youtube.	Gratuito.
Wiki	No.	-	-
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a twitter como <a href="http://marca.com">marca.com</a> o como <a href="http://marcatoons.com">marcatoons</a> . Y encontrar contenido propio.	Libre acceso.
Contenido de Enlaces Favoritos	No.	-	-
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	Si. Si.	Facebook es parte de la red social de <a href="http://Marca.com">Marca.com</a> y tiene un gran número de seguidores, los cuales reciben información actualizada en sus muros.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

En cuanto a servicios Web 2.0 podemos decir que en [Marca.com](http://Marca.com) encontramos Video blogs, Foto – blogs, Blogs de periodistas, Blogs de secciones, Blogs de especialistas; existe un canal propio en You Tube y en Twitter con contenido propio y Marca también es parte de varias redes sociales como en el caso de Facebook donde los usuarios reciben en cada muro las actualizaciones constantes de [Marca.com](http://Marca.com).

**Tabla Nº 23: Análisis Cualitativo de la Personalización y Acceso a la Información, adaptación de los contenidos a las demandas y necesidades de los lectores.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Bajo suscripción podemos ingresar al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con ventanas de Últimas Noticia, Última Hora, etc.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.	-	-
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	-
Ediciones para discapacitados	No.	Pero tiene la versión accesible. Donde se abre una ventana con la misma información que en la portada pero sin cuadros y en una distribución vertical simple.	-

Marca.com permite al momento del registro decidir qué información deseamos ver y recibir tanto en la página como en el e-mail del usuario, la portada es de tipo corto y en ella hallamos ventanas de última hora, últimas noticias, entre otras. En marca se puede ampliar el tamaño de las fotografías y además existe una versión especial accesible donde está la misma información que en la portada marca normal, pero con una distribución más simple y en forma vertical.

**Tabla Nº 24: Análisis Cualitativo de la Personalización y Acceso a la Información, recuperación, almacenamiento y/o distribución de la información.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Barra de navegación	No.	-	-
Buscador	Si.	Buscador avanzado para hallar la información que se necesita y enlazado a otras páginas.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.	-	-
Mapa del sitio	No.	-	-
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.	-	-
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	En MARCA.com hallamos ventanas de lo más visitado, lo más votado, etc.	Gratuito.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> Suscripción al email - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales Suscripción al celular Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Acceso gratuito sin suscripciones. Único coste: tarifa de Internet móvil contratada con su operador  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551* . *PVP: 0,15 €uros + IVA.	Libre acceso.
RSS	Si.	En la parte inferior de la página encontramos un espacio para suscribirse al RSS.	Estar registrado.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.	-	-
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Se puede reenviar la información que encontramos en Marca.com a nuestros amigos vía correo electrónico.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.	-	-
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	-	Libre acceso.

Recuperación, almacenamiento y o distribución de la información: en cuanto a esto podemos decir que marca.com cuenta con: un buscador avanzado que en caso de no encontrar la información enlaza al usuario a otras páginas para ayudarlo, tiene un ranking de noticias con lo mas visto, lo más visitado, lo más votado y otras para ingresar en la página desde el celular la suscripción es gratuita solo se necesita el pago del servicio al operador y para recibir información se lo hace a través de un mensaje de texto enviando la palabra MARCA al 7551\* con un precio de 0,15 €uros mas IVA, toda la información que desee el usuario recibir llega bajo una suscripción al RSS de marca.com, y cualquiera de las notas informativas puede ser reenviada o compartida.

**Tabla Nº 25: Análisis Cualitativo de los Servicios Comerciales.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Publicidad	Si.	Hay un espacio para quienes desean conectarse con Marca.com para cuestiones publicitarias.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Se puede encontrar artículos que van desde lo deportivo, hasta para uso en el hogar o coleccionistas de marcas como Ferrari.	Libre acceso.
Avisos clasificados	No.	-	-
Promociones	Si.	En la tienda virtual existen artículos en promoción.	Libre acceso.
Otros	No.	-	-

Como servicios comerciales la Web de Marca cuenta con un espacio específico para quienes quieren publicitarse en la página donde hallan toda la información incluso la legal necesaria, también cuenta con una tienda virtual con artículos que van desde lo deportivo, ropa, entretenimiento hasta cosas para el hogar: en la tienda virtual siempre existen promociones.

**Tabla Nº 26: Análisis Cualitativo de la Información y Servicios.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	Si.	En la portada hallamos un link para conocer el pronóstico del tiempo. El tiempo para hoy, link ofrecido por TISSOT.	Gratuito.
Transporte público / carreteras	No.	-	-
Programación TV	Si.	En Marca TV.	Libre acceso.

Programación radio	Si.	En Marca Radio.	Libre acceso.
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	Con el nombre de agenda y un gráfico hallamos la sección donde están marcados los eventos más relevantes del mes.	Libre acceso.
Directorios	No.	-	-
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Solo la sección agenda.	Libre acceso.

Entre los servicios de la página tenemos: como link meteorológico presentado por TISSOT “eltiempoparahoy” donde el usuario puede ver el clima que abra, en los enlaces a marca TV y radio marca hallamos todo sobre la programación, historia entre otras informaciones, en el espacio de agenda encontramos las fechas de los eventos más relevantes para cada uno de los meses del año.

**Tabla Nº 27: Análisis Cualitativo de la Información y el ocio**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Juegos <i>online</i>	Si.	Como por ejemplo: Escudería FIFA 2010 O en el enlace de jugandovoy.com entre otros.	Libre acceso.
Concursos	No.	-	-
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Caricaturas de algunos deportistas y entrenadores transformándose de una fotografía normal a un cómic.	Libre acceso.
Horóscopo	No.	-	-
Humor	Si.	Con el blog de Marcatoons o en la sección de ocio.	Libre acceso.
Sorteos	Si.	-	Suscripción, gratuito.
Otros (postales)	No.	-	-

Entre los espacios de ocio, uno de los más frecuentados por los Cyber usuarios tenemos: el de juegos online: Escudería, FIFA 2010, o el enlace de jugandovoy. Marcatoons es en cuanto humor el más seguido, también hallamos caricaturas de varios entrenadores o deportistas o un espacio de transformación de fotografías a cómics.



**Tabla Nº 28: Análisis Cualitativo de la Información Institucional.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Institucional - Quiénes somos	Si.	En este espacio hallamos toda la información institucional de Marca como TV, Radio, Diario y Web.	Libre acceso.
Información para anunciantes	Si.	-	Libre acceso.
Otras actividades	No.	-	-
Mapa del sitio	No.	-	-

Marca.com en la parte final de la página encontramos la información institucional de todos y cada uno de los que trabajan en Marca TV, Diario Marca, Marca Radio o Marca.com, para los anunciantes existe un espacio específico con información legal y todo lo que se necesita saber de Marca.

## CONCLUSIONES

Al finalizar con la Investigación podemos deducir las siguientes conclusiones:

### ***www.tctelevision.com:***

- Utilizan la plataforma Linux desde el año 2003.
- Tc Web cuenta con algunas de las herramientas 2.0 dentro de su página como: imágenes, fotografías, chat, herramientas de búsqueda, youtube, entre otras.
- Cuenta con un equipo específico y capacitado en: redacción, diseño y programación de páginas Web.
- Aunque cuentan con un equipo específico para la zona digital de Tc, el trabajo de las salas de redacción se realizan en conjunto y en forma unificada.
- En cuanto a periodismo participativo y a opinión de los usuarios: es de suma importancia para el medio, cada uno del e-mail son respondidos y trabajan con fuentes capacitadas.
- Las metas del medio se trabajan día a día y esperan se cumplan en el año 2010.

### ***www.marca.com:***

- Marca.com tiene un equilibrado manejo de cada una de las herramientas web 2.0 en su página, el uso de fotografías, audio y video; en sus reportajes hace que los usuarios la prefieran.
- Cuenta con un equipo específico para web, además de la colaboración de parte de un sin número de profesionales, reconocidos personajes dentro del ámbito deportivo, periodistas digitales, entre otros.
- Obviamente es una página sobre deportes pero también encontramos otro tipo de temas de actualidad, cine, ocio, clima, juegos, etc.
- Marca ha superado sus propios records y sus propias metas, esto no los detiene y permanecen en constante evolución y mejoras.
- El imperio Marca en Europa, tiene una gran cantidad de seguidores gracias a que sus opiniones y su participación, son de mucha importancia.

## RECOMENDACIONES

### ***www.tctelevision.com***

- Se debe aprovechar más las tecnologías multimedia como: personalización de la página, mejores buscadores, información sobre el tiempo, reportajes más amplios, foto-reportajes
- Mejorar la redacción digital de los periodistas en la página e incluir mayor ilustración visual.
- Mantener al grupo humano en constante actualización permitirá que los usuarios tengan nueva información y la página conseguirá más seguidores.
- Mejorar las salas de chat: podría a diario conectarse un talento de pantalla y promocionar esto en el canal de televisión para conocimiento del público.
- Crear un espacio de turismo, donde los usuarios encuentren información para opciones de viaje dentro del país.
- Incentivar la opinión y/o sugerencias de los cibernautas, para estar pendientes de las necesidades de los mismos.

### ***www.marca.com***

- Informar a los usuarios en la portada web que pueden unirse a marca.com también a través de redes sociales como el Facebook.
- Al mantenerse en ese constante crecimiento podrían expandir su información a otros continentes.
- Crear un espacio con el contenido deportivo característico de marca.com pero dirigido a un público femenino.
- Informar a los usuarios semanalmente sobre las novedades y renovaciones de la página.
- Los dos medios de comunicación podrían incentivar y permitir que los usuarios tengan más participación y publiquen en las páginas sus reportajes sean estos en video, fotografías, escritos con previa revisión y autorización del medio.

## BIBLIOGRAFIA

- Rojas, Octavio (2007). "Web 2.0" pág. (278), 5.4.4 Opciones de los videos youtube, ESIC Editorial.
- Celaya, Javier (2008). "La empresa en la web 2.0" pág. (16,17,18), 3 ¿Que es la web 2.0?, GESTIÓN 2000.
- Jon Elexgaray Arias; Juan Carlos Pérez Fuentes; José Ignacio Armentia Vizuetete (2009) "Diseño y Periodismo Electronico", pág. (27 y 219), Editorial Bosch, S.A.

Comentario [U2]: Año ¿???

### INTERNET

marca.com, (07/06/2009 de Junio de 2009 a las 12:05). Recuperado el 17/08/2009 de Agosto de 2009, de:

<http://www.marca.com/2009/07/07/corporativo/1246961101.html>

marca.com, Recuperado el 22/08/2009, de:

<http://archivo.marca.com/edicion/marca/corporativo/es/desarrollo/1117211.html>

Gestionado con WordPress, Diseño a partir de Sandbox, logo por Tango!.

Recuperado el 12/09/2009, de: <http://www.blogmundi.com/glosario-de-blogging/>

Gráfico tomado: 26/05/2009, de:

[http://storymat.files.wordpress.com/2009/03/digital\\_natives.jpg](http://storymat.files.wordpress.com/2009/03/digital_natives.jpg)

Alvaro Liuzzi, Recuperado el 02/10/2009, de:

<http://segundoplanoblog.blogspot.com/2009/10/los-medios-nativos-en-internet.html>

xarop.com, (01 de abril de 2006) Recuperado el 15 de octubre de 2009, de:

<http://www.xarop.com>

tormo.com, (2009), Recuperado el 04 de agosto de 2009, de:

<http://www.tormo.com.co>

Mancini, Pablo (08 de marzo de 2009). Recuperado el 23 de Septiembre de 2009, de:  
<http://www.amphibia.com.ar>

marca.com, Tomada el 18 de Junio de 2010, de: <http://www.marca.com/>

García, José (30/11/2005) Recuperado el 25/10/2009, de:  
<http://archivo.marca.com/10aniversario/editorial.html>

### **AYUDA INTERNET**

<http://segundoplanoblog.blogspot.com>

<http://www.publico.es>

<http://www.enriquedans.com>

<http://www.233grados.com>

<http://www.amphibia.com.ar>

<http://www.maestrosdelweb.com>

<http://www.medios.org.ar>

<http://clasesdeperiodismo.blogspot.com>

<http://www.wan-press.org>

[www.wansweden2008.com](http://www.wansweden2008.com)

<http://www.maestrosdelweb.com>

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

<http://www.coberturadigital.com>

<http://futuroperiodismo.wikidot.com>

<http://portodalared.com>

<http://mastermarketing.wordpress.com>

<http://www.documentalistaenredado.net>

<http://www.elpais.com>

<http://www.fernandoflores.cl>

<http://www.eladelantado.com>

<http://www.hipertext.net>

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

[www.internetmarketingmexico.com](http://www.internetmarketingmexico.com)

<http://www.argo.es>

[www.maestrosdelweb.com](http://www.maestrosdelweb.com)

[www.nomadablogs.com](http://www.nomadablogs.com)

[www.congresonuevoperiodismo.com](http://www.congresonuevoperiodismo.com)

<http://archivo.marca.com>

## ANEXOS

### Tablas Semana Compuesta.

*Tabla Análisis Cuantitativo de Marca.com / Diario Marca durante la semana compuesta.*

Lunes 7 de septiembre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	-	Sociedad	-
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5	Deportes	17
Otros (cuáles)	1 (Publicidad)	Otros (cuáles)	5
<b>FUENTES</b>		<b>FUENTES</b>	
Directas (primera mano)	2	Directas (primera mano)	12
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	1	Instituciones privadas	5
Documentales	-	Documentales	-
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	1	Noticia	4
Crónica	1	Crónica	3
Reportaje	2	Reportaje	5
Entrevista	1	Entrevista	6
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	4	Fotografías a color	7
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	1	Ilustraciones	1
Caricaturas	-	Caricaturas	3
Infografía	-	Infografía	-
		Video	4

Martes 15 de septiembre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO

Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	-	Sociedad	-
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5	Deportes	21
Otros (cuáles)	1 (Publicidad)	Otros (cuáles)	4
<b>FUENTES</b>		<b>FUENTES</b>	
Directas (primera mano)	3	Directas (primera mano)	12
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	-	Instituciones privadas	-
Documentales	-	Documentales	-
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	2	Noticia	4
Crónica	-	Crónica	4
Reportaje	1	Reportaje	5
Entrevista	2	Entrevista	8
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	5	Fotografías a color	9
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	1	Ilustraciones	2
Caricaturas	-	Caricaturas	3
Infografía	1	Infografía	1
		Video	5

Miércoles 23 de septiembre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	1	Sociedad	-
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5	Deportes	18
Otros (cuáles)	-	Otros (cuáles)	5
			(10 fútbol, 4 basket, 1 tennis, 3 formula)
<b>FUENTES</b>		<b>FUENTES</b>	
Directas (primera mano)	3	Directas (primera mano)	12
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	3
Instituciones privadas	2	Instituciones privadas	3
Documentales	-	Documentales	-
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	2	Noticia	3
Crónica	-	Crónica	3



Reportaje	1	Reportaje	4
Entrevista	2	Entrevista	8
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	4	Fotografías a color	15
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	-
Ilustraciones	1	Ilustraciones	-
Caricaturas	-	Caricaturas	5
Infografía	1	Infografía	2
		Videos	6

Jueves 1 de octubre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	1	Sociedad	2
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	7	Deportes	17
Otros (cuáles)	1 (Publicidad)	Otros (cuáles)	6
	(4 fútbol, 1 formula uno, 1 sociedad)		(2 formula uno, 1 ciclismo, 1 rally, 2 baloncesto, 8 fútbol, 3 básquet)
<b>FUENTES</b>		<b>FUENTES</b>	
Directas (primera mano)	5	Directas (primera mano)	15
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	2	Instituciones privadas	2
Documentales	-	Documentales	1
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	3	Noticia	5
Crónica	-	Crónica	3
Reportaje	2	Reportaje	6
Entrevista	2	Entrevista	4
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	3	Fotografías a color	14
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	-
Ilustraciones	2	Ilustraciones	3
Caricaturas	-	Caricaturas	5
Infografía	1	Infografía	-
		Video	4

Viernes 9 de octubre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	-	Sociedad	2
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5	Deportes	20
Otros (cuáles)	-	Otros (cuáles)	4
FUENTES		FUENTES	
Directas (primera mano)	5	Directas (primera mano)	17
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	-	Instituciones privadas	2
Documentales	-	Documentales	1
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
Noticia	2	Noticia	4
Crónica	-	Crónica	2
Reportaje	1	Reportaje	5
Entrevista	2	Entrevista	9
IMAGEN		IMAGEN	
Fotografías a color	4	Fotografías a color	13
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	-
Ilustraciones	2	Ilustraciones	4
Caricaturas	-	Caricaturas	2
Infografía	2	Infografía	2
		Video	3

Sábado 17 de octubre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	-	Sociedad	2
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	5	Deportes	16
Otros (cuáles)	1 (Publicidad)	Otros (cuáles)	6
FUENTES		FUENTES	
Directas (primera mano)	5	Directas (primera mano)	15
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	-	Instituciones privadas	3

Documentales		Documentales	
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	1	Noticia	4
Crónica	-	Crónica	-
Reportaje	3	Reportaje	5
Entrevista	1	Entrevista	7
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	5	Fotografías a color	9
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	1	Ilustraciones	3
Caricaturas	-	Caricaturas	3
Infografía	-	Infografía	2
		Video	5

Domingo 25 de octubre del 2009.

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
Política	-	Política	-
Economía	-	Economía	-
Sociedad	-	Sociedad	1
Sucesos	-	Sucesos	-
Deportes	4	Deportes	14
Otros (cuáles)	1 (Publicidad)	Otros (cuáles)	5
<b>FUENTES</b>		<b>FUENTES</b>	
Directas (primera mano)	3	Directas (primera mano)	14
Instituciones públicas	-	Instituciones Públicas	-
Instituciones privadas	1	Instituciones privadas	-
Documentales	-	Documentales	-
<b>GÉNEROS</b>		<b>CIBERGÉNEROS</b>	
Noticia	2	Noticia	4
Crónica	-	Crónica	2
Reportaje	1	Reportaje	3
Entrevista	1	Entrevista	5
<b>IMAGEN</b>		<b>IMAGEN</b>	
Fotografías a color	3	Fotografías a color	8
Fotografías a blanco y negro	-	Fotografías a blanco y negro	-
Ilustraciones	1	Ilustraciones	4
Caricaturas	-	Caricaturas	3
Infografía	1	Infografía	1
		Video	5

## Tablas Cualitativas.

### Tabla Cualitativa de evaluación de contenidos de la página Web www.tctelevisión.com, durante la semana compuesta.

Lunes 7 de septiembre del 2009 www.tctelevisión.com

**Comentario [U3]:** TODOS MESES  
CON MINUSCULA, solo cuando son de  
fechas cívicas van con mayúsculas

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	En la página principal encontramos la ventana de Ultimas Noticias.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe una clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Tc Web tiene una zona de links pero está en construcción, ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Cada nota informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	En la ventana de Talentos encontramos una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio on demand	Si.	Permite descargar mp3 de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.

Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips promocionales de sus producciones.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.	Existen gráficos pero no son animados ni interactivos.	Gratuito
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y los e-mails de los periodistas, directores, Web máster, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Por ejemplo: ¿Has tomado las medidas necesarias para prevenir la gripe AH1N1?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En “Pon TC” se puede mensajear con las chicas de la agrupación “Kandela y Son” que están	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.

		realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	
Consultorio <i>online</i> ( <i>especialistas responden</i> )	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	Libre acceso.
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No. No. No. No. No. No. No.	En cuanto a Facebook Tc televisión tiene su propio canal y en el TC Web sube semanalmente los capítulos de la novela Kandela.	Gratuito.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <i>last.fm</i> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	Publican los videos de la telenovela Kandela.	Gratuito, previo registro de usuario.
Wiki	Si.	En la Wikipedia encontramos información sobre TC televisión y su historia.	Gratuito.
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No. No. No. No. No. No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	No Si.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web. Y en Facebook hallamos páginas de seguidores de los talentos de pantalla de TC.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de	No.	Pero al momento de registrarse	Libre acceso.

la portada		puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		
<b>b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos</b>			
Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No. No. No. No.	La ventana de Últimas Noticias.	Gratuito
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. Si.   No. No.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o	No.		



servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.			
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas.	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	Empezando a las 00:00 con iglesia universal para finalizar a las 23:50 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Carteleras espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web de la misma	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		

Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3 promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	Encontramos en la portada una ventana con noticias de Ultima Hora.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe una clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	TC Web tiene una zona de links pero está en construcción. Ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros	No.		

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.		
Fotogalería	Si.	Cada nota informativa tiene una fotografía de acuerdo al tema. En la ventana de Talentos encontramos una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	TC Web, permite descargar mp3 de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		

Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clip`s promocionales de sus producciones. Permite descargar los video clips promocionales de sus producciones.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.		
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias tienen cuadros con infografías.	

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y los e-mails de los periodistas, directores, Web máster, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	Encontramos un espacio llamado: Foro Novelas. O ¿Quién será el campeón de campeones de fama o drama?	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Por ejemplo: ¿Has tomado las medidas necesarias para prevenir la gripe AH1N1? O ¿Cuál de las protagonistas de Kandela te parece la más sexi?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		

Entrevistas <i>online</i> ( <i>chats con personajes</i> )	Si	En "Pon TC" se puede mensajear con las chicas de la agrupación "Candela y Son" que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> ( <i>especialistas responden</i> )	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	Libre acceso.
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No. No. No. No. No. No. No.	En cuanto a Facebook Tc televisión tiene su propio canal y en el TC Web sube semanalmente los capítulos de la novela Kandela.	

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <i>last.fm</i> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas	No. No. No. No. No.		

Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	Encontramos algunos videos como: los capítulos de la telenovela Kandela.	Libre acceso.
Wiki	Si.	En la Wikipedia hallamos la historia de Tc televisión pero Tc Web no lo tiene como enlace.	Gratuito.
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	No  Si.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.  Pero en Facebook hay un grupo de seguidores de algunos talentos de pantalla de TC televisión.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces la última es del día 14 de septiembre a las 18:02 horas.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso)	No.		

Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe			
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos			
Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Ultimas Noticias.	
<b>DISTRIBUCIÓN</b> Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.  Ventana de ultimas noticias	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			

Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

**d) información – servicios.**

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	Empezando a las 00:00 con iglesia universal para finalizar a las 23:55 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior y vertical derecha TC Web ubica ventanas para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web de la misma	Libre acceso.

**e) Información-ocio**

Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3 y videos promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

**f) Información institucional**

Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		



CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	La última noticia registrada es del día de ayer 22 de septiembre a las 17:09.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe una clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Podría decirse que como espacio fijo Tc Web tiene un sitio con información sobre las Kandela y la novela que protagonizan. Y permite enlazar a Youtube para ver los capítulos completos.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Pero la mayoría de noticias tienen su respectiva ilustración fotográfica.	
Fotogalería	Si.	En Talentos existen fotogalería de quienes trabajan en la pantalla de Tc televisión.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.	Tiene un servicio vía mensajes de texto para descargar fotografías de los talentos de pantalla pero no se promociona por la Web.	
Audio galería	No.	Descargar mp3 es una de las posibilidades.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar mp3 de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips promocionales de sus producciones.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la

			página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.	Existen gráficos mas no son interactivos.	
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	Todas las notas informativas se enlazan para ampliarse, además de los diferentes espacios como: Programación, el noticiero, Interactivo, etc.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene un enlace a la página de google.com	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En Contactos: hallamos la lista de números telefónicos de todos quienes realizan TC en Guayaquil y Quito y el e-mail del Web máster de la página.	Libre acceso.
Foros	Si.	Foro novelas, espacio para opinar sobre todas las novelas con las que cuenta Tc televisión.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Por ejemplo: . ¿Ha tomado medidas para prevenir la gripe AH1N1? ¿Cuál de los guapos de Candela te parece más sexi?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En "Pon TC" se puede mensajear con las chicas de la agrupación "Candela y Son" que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat de talentos se tiene esa posibilidad pero siempre está vacía.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> (especialistas)	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan	Libre acceso.

<i>responden)</i>		la página y trabajan en el canal de televisión.	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No.	Existen videos de Youtube pero son de los capítulos de la novela Kandela.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="#">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	No.	TC tiene los videos de Kandela subidos a Youtube.	Libre acceso.
Wiki	Si.	En la Wikipedia encontramos algunos datos sobre la historia de Tc Televisión pero no existe en la Web de Tc un enlace.	Libre acceso.
Microblogging	No.		

Tipo de presencia en <i>twitter</i>	No.		
- Presencia con titulares Web	No.		
- Presencia con contenido propio	No.		
- Presencia con periodistas en Twitter	No.		
- Integración de Twitter en el sitio	No.		
Twitter móvil	No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales	No	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.
- Presencia y producción en Facebook			
- Hi5			
- Otros	Si.		

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si. Si. No.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

**b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos**

Barra de navegación	No		
Buscador		Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.	En la parte izquierda de la pantalla hallamos una clasificación de lo que hay en la página.	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Ultimas Noticias.	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Al registrarse en la página gratuitamente se puede seleccionar el tipo de información que se desea recibir al e-mail.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Se puede reenviar la noticia por medio de un gráfico en la esquina superior derecha de la misma.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Encontramos un gráfico en la parte superior derecha de cada nota que permite su impresión.	Libre acceso.

#### SERVICIOS

##### c) Servicios comerciales

Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

##### d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago /
-----------	-------	---------	---

			gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	Se clasifica en: horarios de programas, Producción nacional, Novelas y espacio retro, empezando a las 00:00 con iglesia universal para finalizar a las 23:50 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web de la misma	Libre acceso.

#### e) Información-ocio

Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	En Interactivos encontramos, archivos de audio, video, etc.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

#### f) Información institucional

Institucional - Quiénes somos	Si.	Quiénes somos: visión, misión, atributos, valores, ética, etc.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	En publicidad pero está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	En la página encontramos la ventana de Ultimas Noticias La última nota subida es del día miércoles a las 17:53.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe una clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas y una ventana de turismo donde se amplía la única nota informativa con respecto a las ballenas con fecha 2009-06-12.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Tc Web tiene una zona de links pero está en construcción, ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Cada nota informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	
Fotogalería	Si.	En la pantalla principal encontramos una ventana Galería o por medio de "Talentos" al desplegarse muestra una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales y ay que seguir tres pasos para la descarga.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar mp3 de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		

Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips promocionales de sus producciones, pero tarde demasiado en cargarse.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.		
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y los e-mails de los periodistas, directores, Web máster, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión en once salas diferentes.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Por ejemplo: ¿Qué es lo que más te interesa de tctelevision.com?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En “Pon TC” se puede mensajear con las chicas de la agrupación “Candela y Son” que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i>	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y	Libre acceso.



( <i>especialistas responden</i> )		telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No. No. No. No. No. No. No.	Tc tiene en Youtube todos los capítulos de la novela Kandela, para que sus seguidores no se pierdan de ningún detalle.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	<a href="http://www.youtube.com/tctvecuador">http://www.youtube.com/tctvecuador</a>	Libre acceso.
Wiki	Si.	Podemos encontrar un poco de la historia de Tc televisión como canal sin embargo en la página de Tc. no hay enlaces a la Wikipedia.	Libre acceso.

Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No.  No.  No.  No.  No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	No.  Si.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos			

Barra de navegación	No		
Buscador		Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Ultimas Noticias.	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

### SERVICIOS

#### c) Servicios comerciales

Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

#### d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago /
-----------	-------	---------	---

			gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	Empezando a las 00:30 con iglesia universal para finalizar a las 23:55 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3, videos, fotografías promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

Viernes 9 de octubre del 2009 www.tctelevisión.com

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	En la página encontramos la ventana de Ultimas Noticias La última nota subida es del día jueves a las 18:24.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe la clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas, continúa la ventana de turismo con respecto a las ballenas con fecha 2009-06-12.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Continúa en construcción la zona de links recomendados, ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Cada nota informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	
Fotogalería	Si.	En la pantalla principal encontramos una ventana Galería o por medio de "Talentos" al desplegarse muestra una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc. (No se modifica).	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales y hay que seguir tres pasos para la descarga.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite la descarga de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales en formato mp3.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips de sus producciones, pero tarda demasiado en cargarse.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la

			página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.		
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y de los periodistas, directores, el e-mail del Web máster de la página, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión en once salas diferentes.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Continúa la pregunta: ¿Qué es lo que más te interesa de tctelevisión.com?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En “Pon TC” se puede mensajear con las chicas de la agrupación “Candela y Son” que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> (especialistas responden)	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	Libre acceso.

Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No.  No. No.  Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No.  No. No.  No.  No.  No.	Tc tiene en Youtube todos los capítulos de la novela Kandela, para que sus seguidores no se pierdan de ningún detalle. Además en el canal de Youtube se puede dejar los comentarios de los televidentes con respecto a la novela.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	<a href="http://www.youtube.com/tctvecuador">http://www.youtube.com/tctvecuador</a>	Libre acceso.
Wiki	Si.	Podemos encontrar un poco de la historia de Tc televisión como canal sin embargo en la página de Tc. no hay enlaces a la Wikipedia.	Libre acceso.
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i>	No.		

- Presencia con titulares Web	No.		
- Presencia con contenido propio	No.		
- Presencia con periodistas en Twitter	No.		
- Integración de Twitter en el sitio	No.		
- Twitter móvil	No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales	No.		
- Presencia y producción en Facebook		Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.
- Hi5			
- Otros	Si.		

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador		Simple y en la mayoría de veces	Libre acceso.



		no se consigue los resultados esperados.	
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Últimas Noticias que aparece al ingresar en la página.	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

#### SERVICIOS

##### c) Servicios comerciales

Publicidad	Si.	Espacio en construcción.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

##### d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		

Programación TV	Si.	Empezando a las 00:30 con iglesia universal para finalizar a las 23:55 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web.	Libre acceso.

#### e) Información-ocio

Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3, videos, fotografías promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

#### f) Información institucional

Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección existen valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	En la página encontramos la ventana de Ultimas Noticias La última nota subida es del día Viernes a las 17:26.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe la clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Continúa en construcción la zona de links recomendados, ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Cada nota informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	
Fotogalería	Si.	En la pantalla principal encontramos una ventana de "Talentos" al desplegarse muestra una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc. (No se modifica).	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales y hay que seguir tres pasos para la descarga.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite la descarga de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales en formato mp3.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips de sus producciones, pero tarda demasiado en cargarse.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Video <i>on streaming</i>	Si.	Hay una ventana donde se	Libre acceso

(en vivo)		promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.		
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y de los periodistas, directores, el e-mail del Web máster de la página, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión en once salas diferentes.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	¿Cuándo cree que Ecuador retomara relaciones con Colombia?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En “Pon TC” se puede mensajear con las chicas de la agrupación “Candela y Son” que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> (especialistas responden)	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan la página y trabajan en el canal de televisión.	Libre acceso.
Reportería ciudadana - Envío de notas	No.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres	Libre acceso, con registro previo

- Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	salas.	gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No. No. No. No. No. No. No.	Tc tiene en Youtube todos los capítulos de la novela Kandela, para que sus seguidores no se pierdan de ningún detalle. Además en el canal de Youtube se puede dejar los comentarios de los televidentes con respecto a la novela.	

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	<a href="http://www.youtube.com/tctvecuador">http://www.youtube.com/tctvecuador</a>	Libre acceso.
Wiki	Si.	Podemos encontrar un poco de la historia de Tc televisión como canal sin embargo en la página de Tc. no hay enlaces a la Wikipedia.	Libre acceso.
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web	No. No.		

- Presencia con contenido propio	No.		
- Presencia con periodistas en Twitter	No.		
- Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales	No.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.
- Presencia y producción en Facebook	Si.	Amigos, Criollos y Tc Talentos.	
- Hi5			
- Otros			

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.		
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	No.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	No.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador		Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.

Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Últimas Noticias que aparece al ingresar en la página.	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

#### SERVICIOS

##### c) Servicios comerciales

Publicidad	Si.	Espacio en construcción. Existen ventanas con publicidad del Canal de televisión.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

##### d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		

Programación TV	Si.	Empezando a las 00:30 con iglesia universal para finalizar a las 23:50 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web.	Libre acceso.

#### e) Información-ocio

Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3, videos, fotografías promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

#### f) Información institucional

Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección existen los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		



CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	No. No. Si.	En la página encontramos la ventana de Ultimas Noticias La última nota subida es del día Sábado a las 17:10.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	No.	Solo existe la clasificación de: Noticias Nacionales, Internacionales, de Crónica o Deportivas, una nota informativa que trata sobre el día mundial del cáncer de mama.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No.	Continúa en construcción la zona de links recomendados, ventanas donde se promociona y amplía la información de sus producciones.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No.		
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
a) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	No.	Cada nota informativa tiene su propia ilustración fotográfica.	
Fotogalería	Si.	En la pantalla principal encontramos una ventana Galería o por medio de "Talentos" al desplegarse muestra una galería fotográfica de quienes trabajan en la pantalla de Tc. (No se modifica).	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		
Audio galería	No.	Solamente mp3 promocionales y hay que seguir tres pasos para la descarga.	Libre acceso, previo registro de usuario.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Permite la descarga de canciones promocionales de sus programas y telenovelas principales en formato mp3.	Libre acceso, registrándose gratuitamente en la página.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No.		
Video <i>on demand</i>	Si.	Permite descargar los video clips de sus producciones, pero tarda	Libre acceso, registrándose

		demasiado en cargarse.	gratuitamente en la página.
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Hay una ventana donde se promociona la producción del canal, Tc permite ver su TV en vivo pero la descarga es muy lenta.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		
Gráficos animados / interactivos	No.		
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	No.		

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	No.		
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En la parte izquierda tenemos un listado de lo que la página ofrece y se puede con un clic ampliar las opciones y ver la clasificación de cada una de ellas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Podemos encontrar anuncios de Google.	Libre acceso.
Diarios	No.		
Sindicación de noticias de otros medios	No.		

Área de participación de lectores.			
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	En “Quienes somos” encontramos “Contactos” donde se despliega una ventana con los teléfonos y de los periodistas, directores, el e-mail del Web máster de la página, etc.	Libre acceso.
Foros	Si.	El espacio llamado: Foro Novelas, donde los usuarios pueden expresar su opinión en once salas diferentes.	Libre acceso. Registro de usuario.
Encuestas	Si.	Continúa la pregunta: ¿Cuándo cree que Ecuador retomara relaciones con Colombia?	Libre acceso.
Comentarios	No.	Pero hay una zona donde se puede dejar denuncias.	Libre acceso.
Votación de notas	No.		
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	En “Pon TC” se puede mensajear con las chicas de la agrupación “Candela y Son” que están realizando una telenovela, o en la sala de Chat TC hay espacios para comunicarse con los talentos de pantalla y entre los usuarios.	Libre acceso. Hay que registrarse en la página como usuario.
Consultorio <i>online</i> (especialistas)	No.	Pero se puede contactar vía e-mail y telefónica a todos quienes realizan	Libre acceso.

<i>responden)</i>		la página y trabajan en el canal de televisión.	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No. No. No. Si.	Como red social TC tiene el servicio de Chat interno que cuenta con tres salas.	Libre acceso, con registro previo gratuito en la página.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No. No. No. No. No. No.	Tc tiene en Youtube todos los capítulos de la novela Kandela, para que sus seguidores no se pierdan de ningún detalle. Además en el canal de Youtube se puede dejar los comentarios de los televidentes con respecto a la novela.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. No. No. No. No. No. No.		
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	<a href="http://www.youtube.com/tctvecuador">http://www.youtube.com/tctvecuador</a>	Gratuito.
Wiki	Si.	Podemos encontrar un poco de la historia de Tc televisión como canal sin embargo en la página de Tc. no hay enlaces a la Wikipedia.	Libre acceso.

Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No.		
	No.		
	No.		
	No.		
	No.		
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	No.    Si.	Tres salas de Chat son las que encontramos en TC Web. Amigos, Criollos y Tc Talentos.	Gratuito, hay que registrarse como usuario.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No. No. No. No. No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos			
Barra de navegación	No		
Buscador		Simple y en la mayoría de veces no se consigue los resultados esperados.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No.	La ventana de Últimas Noticias que aparece al ingresar en la página.	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.	Espacio en construcción. Existen ventanas con publicidad del Canal de televisión.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	No.		
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	No.		

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago /

			gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	Empezando a las 00:30 con iglesia universal para finalizar a las 23:55 con noticiero al cierre.	Libre acceso.
Programación radio	No.		
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	No.		
Concursos	Si.	El álbum de los talentos de pantalla de Tc, con el premio de 10 citas con los mismos o 2000 dólares en premios.	Libre acceso. Gratuito.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3, videos, fotografías promocionales.	Libre acceso. Previo registro gratuito de usuario.
Horóscopo	No.		
Humor	No.		
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección encontramos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. La zona de publicidad que está en construcción.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

**Tabla Cualitativa de evaluación de contenidos de la página Web [www.marca.com](http://www.marca.com) , durante la semana compuesta.**

**Lunes 7 de Septiembre del 2009 [www.marca.com](http://www.marca.com)**

<b>CONTENIDOS INFORMATIVOS</b>			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección encontramos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otros			

<b>RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA</b>			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día.	Libre acceso.
Foto – móvil	Si.	Se puede descargar fotografías al celular y si es un i-phone existen mejores y más opciones.	Libre acceso. Pago previo del envío.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio.	Libre acceso.
Audio <i>on demand</i>	Si.	Incluso la descarga puede hacerse al celular bajo un costo de envío.	Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso

Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		Libre acceso.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción.	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	Si.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo)	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	¿Qué equipo va a ganar? ¿Cuál será el resultado? Son algunas de las preguntas que se encuentran a diario en la página.	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de “Los mas”.	Libre acceso.
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	La entrevista del día era con: Valdano.	Libre acceso
Consultorio <i>online</i>	No.		



(especialistas responden)			
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si. Si. No. Si. Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si. Si. No. Si. No. Si. No. Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como Youtube, Facebook y Twitter.	Gratuito.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="#">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Gratuito.
Presencia en Flickr	No.		
Video (Canal en Youtube)	Si.	En la página existe un enlace al canal de marca en Youtube.	Libre acceso.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a Twitter como marca.com o	Libre acceso.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>twitter</i></li> <li>- Presencia con titulares Web</li> <li>- Presencia con contenido propio</li> <li>- Presencia con periodistas en Twitter</li> <li>- Integración de Twitter en el sitio</li> <li>- Twitter móvil</li> </ul>		<p>como marcatoons. Y encontrar contenido propio.</p> <p>Incluso el contenido puede llegar a nuestro celular.</p>	
Contenido de Enlaces Favoritos	No.	Solo de blog favoritos.	Libre acceso.
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia y producción en <i>Facebook</i></li> <li>- Hi5</li> <li>- Otros</li> </ul>	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Hay suscripción al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto)	No.	Marca diario por ejemplo nos permite hojear las portadas de sus impresos en versión animada.	Libre acceso.
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No.		
Versión animada (hojear impreso)	Si.		
Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.)	Si.		
Versiones regionales / locales	No.		
Versiónes bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	El buscador es de tipo simple y	Libre acceso.

		avanzado, además permite enlazar otras páginas para encontrar lo que se necesita.	
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	Tiene una amplia clasificación con: Lo más visto. Lo más comentado. Etc.	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> Suscripción al email - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales Suscripción al celular Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Tiene suscripción al e-mail gratuita al ingresar datos básicos y confirmar en la cuenta de e-mail los mismos.  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551*. *PVP: 0,15 €uros + IVA.	Libre acceso.
RSS	Si.	Bajo suscripción previa	Suscripción.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	Si.	En Twitter por ejemplo podemos ver en la página de marca, algunas de sus notas informativas.	Libre acceso.
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un gráfico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

### SERVICIOS

#### c) Servicios comerciales

Publicidad	Si.	En la parte final de la portada, existe un espacio especialmente para lo que a publicidad y contacto se refiere.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Un sin fin de artículos deportivos, musicales, etc.	Libre acceso, costo varia por el artículo.
Avisos clasificados	No.		
Promociones	Si.	Dentro de la tienda virtual.	Libre acceso.
Otros	No.		

#### d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago /
-----------	-------	---------	---

			gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	En la Página de marca TV encontramos todo tipo de información sobre la misma.	Libre acceso.
Programación radio	Si.	En el enlace de marca radio podemos ver todo sobre su programación y contenido.	Libre acceso.
Carteleras espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Si se puede descargar el calendario de TC televisión en la página Web de la misma	Libre acceso.

#### e) Información-ocio

Juegos <i>online</i>	Si.	Existe un espacio "Ocio" con varias opciones para la distracción como los juegos en línea.	Libre acceso.
Concursos	Si.	En marca.com hay concursos de todo tipo como por ejemplo de fotografía deportiva.	Libre acceso. Bases del concurso.
Archivos de música / video / animaciones	Si.	Mp3 promocionales.	Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	En marcatoons uno de los blogs más visitados.	Gratuito.
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

#### f) Información institucional

Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección encontramos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. No hay un lugar específico para anunciantes.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos o de entretenimiento como cine y farándula.	Libre acceso.
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día, incluso enlaces a fotogalería de blogs.	Libre acceso.
Foto – móvil	Si.	Se puede recibir fotografías al celular bajo un costo previo y si se es usuario de i-phone o Black Berry hay información y opciones especiales.	Libre acceso. Costo por envío.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio. Enlace en la portada de marca.com.	Gratuito.
Audio <i>on demand</i>	Si.		Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video <i>on streaming</i>	Si.	Se puede seguir los partidos de los	Libre acceso

(en vivo)		equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	
Video móvil en vivo	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos vía móvil de cada usuario.	Libre acceso.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción.	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo)	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	La del día dice: ¿Es justa la resolución de la LFP en el caso Lafita?	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados y revisar la opinión de los demás.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas".	Libre acceso.
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	La entrevista del día era con: Alberto Zapater.	Libre acceso

Consultorio <i>online</i> ( <i>especialistas responden</i> )	No.		
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de Twitter - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvivienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como Youtube, Facebook y Twitter.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Gratuito.
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	En la página encontramos un enlace al canal de marca en Youtube.	Libre acceso.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i>	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a Twitter como marca.com o como marcatoons. Y encontrar	Libre acceso.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia con titulares Web</li> <li>- Presencia con contenido propio</li> <li>- Presencia con periodistas en Twitter</li> <li>- Integración de Twitter en el sitio</li> <li>Twitter móvil</li> </ul>		contenido propio.	
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia y producción en Facebook</li> <li>- Hi5</li> <li>Otros</li> </ul>	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	Si.	Si se puede personalizar las página y decidir sobre el equipo o el deporte del cual se quiere tener más información, etc.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Avanzado. Permite buscar la información de diferentes maneras.	Libre acceso.



Hemeroteca	Si.	Se puede acceder a información a partir de febrero del 2009	Libre acceso.
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	Marca.com nos presenta: Lo más visto Lo más leído Lo más comentado Lo mejor valorado, etc.	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551*. *PVP: 0,15 €uros + IVA.  A parte hay aplicaciones especiales para los usuarios de i-phone. Cuenta con una ventana para notas de última hora.	Libre acceso.
RSS	Si.	El usuario puede personalizar su página de inicio de cualquier manera seleccionando el tipo de noticias o de deportes que desea conocer.	Gratuito, bajo suscripción.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	Si.		Gratuito.
Noticias pueden ser impresas	Si.	Hay un graáico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.		Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Marca.com ofrece artículos deportivos, automovilísticos, para el hogar, etc.	Libre acceso.
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	Si.	Concursos como el V concurso de fotografía deportiva que Marca.com patrocina.	Gratuito.

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido /

			suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	A demás de marca TV en vivo.	Libre acceso.
Programación radio	Si.	Y Radio Marca.	
Carteleras espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Pero existe el calendario deportivo donde informará a los usuarios el día en que se jugará algún partido o abrá alguna carrera.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	Si.	Con enlaces a páginas de diversión y ocio.	Gratuito.
Concursos	Si.	Marca.com patrocina el v concurso de fotografía deportiva.	Gratuito.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3 promocionales.	Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	Cuenta con una sección de ocio donde encontramos diferentes actividades. Y además el blog marcatoons.	Gratuito.
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. No hay un lugar específico para anunciantes.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Cuentan con una ventana de Última Hora la cual se actualiza constantemente.	Libre acceso
Coberturas móviles	Si.	Partidos en directo Resultados Clasificaciones Noticias de última hora Fotografías	Suscripción pago.
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Podemos encontrar gran variedad de reportajes con diversos temas en la sección de multimedia	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales, los hay con una clasificación en tipos de deportes, equipos, ocio, etc.	Libre acceso.
Otros			
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	La mayoría de las notas informativas y eventos tienen su propia fotogalería.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		Libre acceso.
Audio galería	No.	Pero existe radio marca en vivo.	
Audio <i>on demand</i>	Si.		Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Por medio de Radio marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso

Video móvil en vivo	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos vía móvil de cada usuario.	Suscripción pago.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Contiene gráficos interactivos, con colores llamativos, etc. Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción en la zona de gráficos en multimedia.	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	Todo tipo de enlaces sobre todos los deportes y personajes.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	Si.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	A los blogs y páginas de radio, diario y televisión de marca	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo)	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	La del día dice: Peleará el Sevilla por ser campeón de Liga?	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados y revisar la opinión de los demás.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas".	Libre acceso.
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si	La entrevista del día era con: Alberto Zapater.	Libre acceso
Consultorio <i>online</i> (especialistas)	No.	En participa espacio dentro de multimedia se puede estar en	

<i>responden)</i>		contacto con varios personajes como los ganadores de los concursos o	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de Twitter - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si. Si. No. Si. No. Si. No. Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvivienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como Youtube, Facebook y Twitter.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Encontramos blogs de fotografías y los periodista también tienen sus propios blogs.  Blogs de todo tipo como ocio y opinión.	Libre acceso.
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	En la página hallamos un enlace al canal de marca en Youtube.	Gratuito.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a Twitter como marca.com o	Libre acceso.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>twitter</i></li> <li>- Presencia con titulares Web</li> <li>- Presencia con contenido propio</li> <li>- Presencia con periodistas en Twitter</li> <li>- Integración de Twitter en el sitio</li> <li>- Twitter móvil</li> </ul>		<p>como marcatoons. Y encontrar contenido propio.</p> <p>Canal de noticias</p> <p>Actualización de los blogs</p> <p>Tendencias en tecnología, etc.</p>	
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia y producción en <i>Facebook</i></li> <li>- Hi5</li> <li>- Otros</li> </ul>	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Si se puede personalizar las página y decidir sobre el equipo o el deporte del cual se quiere tener más información, etc.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.	No igual al impreso. Versión animada impreso. Versión especial para i-phone	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.		

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Avanzado. Permite buscar la información de diferentes	Libre acceso.

		maneras.	
Hemeroteca	Si.	Se puede acceder a información a partir de febrero del 2009	
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	Marca.com nos presenta: Lo más visto Lo más leído Lo más comentado Lo mejor valorado, etc.	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551*. *PVP: 0,15 Euros + IVA. Cuenta con una ventana para notas de última hora..	Libre acceso.
RSS	Si.	El usuario puede personalizar su página de inicio de cualquier manera seleccionando el tipo de noticias o de deportes que desea conocer.	Suscripción, gratuito.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Cada noticia se puede compartir por medio de un botón en la parte superior derecha de cada nota.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	Si.	Si dentro de participa en multimedia.	Libre acceso.
Noticias pueden ser imprimidas	Si.	Hay un grafico en la parte superior derecha de cada noticia que permite su impresión.	Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.		Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Marca.com ofrece artículos deportivos, automovilísticos, para el hogar, etc.	
Avisos clasificados	No.		
Promociones	No.		
Otros	Si.	Concursos como el V concurso de fotografía deportiva que Marca.com patrocina.	Gratuito.

d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	. Además de marca TV en vivo.	Libre acceso.
Programación radio	Si.		Libre acceso.
Carteleras espectáculo, agenda	Si.	En la parte superior derecha TC Web ubica una ventana para promocionar su programación.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Pero existe el calendario deportivo donde informara a los usuarios el día en que se jugara algún partido o abra alguna carrera.	Libre acceso.

#### e) Información-ocio

Juegos <i>online</i>	Si.	Con enlaces a páginas de diversión y ocio.	Libre acceso.
Concursos	Si.	Marca.com patrocina el v concurso de fotografía deportiva.	Libre acceso.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Mp3 promocionales.	Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	No.	Pero cuenta con una sección de ocio donde encontramos diferentes actividades.	Libre acceso.
Sorteos	No.		
Otros (postales)	No.		

#### f) Información institucional

Institucional - Quiénes somos	Si.	En esta sección hallamos los valores y ética de la empresa.	Libre acceso.
Información para anunciantes	No.	Solo la sección de contactos que es para el público en general. No hay un lugar específico para anunciantes.	Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		



CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente la ultima es del 1 de octubre a las 23:30.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes. Pero se promociona el reportaje del día en la portada.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otros			

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo) enviando dependiendo del departamento que necesites un mensaje con tu solicitud, tus datos y el e-mail.	Libre acceso.

		Además en "Nuestro Equipo" el contacto se clasifica en quienes laboran en marca.com radio marca y marca	
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	¿Debería forzar Cristiano Ronaldo para el partido contra Sevilla? Una de las encuestas del día.	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas".	
Entrevistas <i>online</i> ( <i>chats con personajes</i> )	Si	La entrevista del día era con: Raúl capitán del equipo madridista.	Libre acceso
Consultorio <i>online</i> ( <i>especialistas responden</i> )	No.		
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si. Si. No. Si. No. Si. No. Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como You 122uve, Facebook y Twitter.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso /

			restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <i>last.fm</i> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Libre acceso.
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	En la página hallamos un enlace al canal de marca en Youtube.	Libre acceso.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a twitter como marca.com o como marcatoons. Y encontrar contenido propio.	Libre acceso.
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Bajo suscripción podemos ingresar al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo	No.		

texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe			
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.	Pero tiene la versión accesible	

b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos			
Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Avanzado.	Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
<i>Ranking</i> de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	En MARCA.com en las últimas 24 horas. Por ejemplo:  Cristiano Ronaldo es duda para el partido del Pizjuán  Ferrari anuncia el fichaje de Fernando Alonso  Iñaki de Miguel, fichaje de lujo para el Real Madrid... B  Fernando Alonso: "Realmente creo que Ferrari será mi último equipo"  Schumacher: "Bienvenido Fernando"	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Acceso gratuito sin suscripciones. Único coste: tarifa de Internet móvil contratada con su operador  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551* . *PVP: 0,15 €uros + IVA.	Libre acceso.
RSS	No.		
Widgets Videos, archivos o	No.		

servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.			
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	Si.	Se puede reenviar la información que encontramos en Marca.com a nuestros amigos vía correo electrónico.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.		Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.		Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Diversidad en artículos entre deportivos y otros.	Libre acceso.
Avisos clasificados	No.		
Promociones	Si.		Libre acceso.
Otros	No.		

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	No.		
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.		Libre acceso.
Programación radio	Si.	En la parte superior izquierda de la pantalla principal.	Libre acceso.
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	Con el nombre de agenda y un gráfico hallamos la sección donde están marcados los eventos más relevantes del mes.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Solo la sección agenda.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	Si.	Como por ejemplo: Escudería FIFA 2010 O en el enlace de jugandovoy.com entre otros.	Libre acceso.
Concursos	Si.	Se sortean 15 entradas para los partidos de la NBA	Libre acceso., suscripción.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.		Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	Con el blog de marcatoons o en la	Libre acceso.

		sección de ocio.	
Sorteos	Si.		Libre acceso., suscripción.
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En este espacio hallamos toda la información institucional de Marca como TV, Radio, Diario y Web.	Libre acceso.
Información para anunciantes	Si.		Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

Viernes 9 de octubre del 2009 www.marca.com

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente la ultima es del 9 de octubre a las 23:16.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes. Pero se promociona el reportaje del día en la portada.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día. Además encontramos fotografías sobre el partido del equipo de futbol Atlético.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		Libre acceso.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio en vivo.	
Audio on demand	Si.		Libre acceso.
Audio on streaming (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video on demand	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video on streaming (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.	Pero se puede recibir en el celular	Libre acceso.

		del usuario los videos de marca.com	
Gráficos animados / interactivos	Si.	Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.
Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción..	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo) enviando dependiendo del departamento que necesites un mensaje con tu solicitud, tus datos y el e-mail. Además en "Nuestro Equipo" el contacto se clasifica en quienes laboran en marca.com radio marca y marca	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.		Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas".	
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	Si		Libre acceso
Consultorio <i>online</i> (especialistas)	No.		



<i>responden)</i>			
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si.  Si.  No.  Si.  No.  Si.  No.  Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como Youtube, Facebook y Twitter.	Gratuito.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="http://last.fm">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Libre acceso.
Presencia en Flickr	No.		
Video (Canal en Youtube)	Si.	En la página hallamos un enlace al canal de marca en Youtube.	Gratuito.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a twitter como marca.com o como marcatoons. Y encontrar contenido propio.	Libre acceso.

titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil			
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en Facebook - Hi5 Otros	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores, los cuales reciben información actualizada en sus muros.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Bajo suscripción podemos ingresar al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con ventanas de Últimas Noticia, Última Hora, etc.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.	Pero tiene la versión accesible. Donde se abre una ventana con la misma información que en la portada pero sin cuadros y en una distribución vertical simple.	

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador	Si.	Buscador avanzado para hallar la	Libre acceso.

		información que se necesita y enlazado a otras páginas.	
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto, Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	En MARCA.com hallamos ventanas de lo más visitado, lo más votado, etc.	Gratuito.
DISTRIBUCIÓN Tecnología pull Suscripción al email - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales Suscripción al celular Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Acceso gratuito sin suscripciones. Único coste: tarifa de Internet móvil contratada con su operador  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551* .  *PVP: 0,15 €uros + IVA.	Libre acceso.
RSS	Si.	En la parte inferior de la página encontramos un espacio para suscribirse al RSS.	Estar registrado.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Se puede reenviar la información que encontramos en Marca.com a nuestros amigos vía correo electrónico.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.		Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.	Hay un espacio para quienes desean conectarse con Marca.com para cuestiones publicitarias.	Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Se puede encontrar artículos que van desde lo deportivo, hasta para uso en el hogar o coleccionistas de marcas como Ferrari.	Libre acceso.
Avisos clasificados	No.		
Promociones	Si.	En la tienda virtual existen artículos en promoción.	Libre acceso.
Otros	No.		

d) información – servicios.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	Si.	En la portada hallamos un link para conocer el pronóstico del tiempo.	Gratuito.
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	En Marca TV.	Libre acceso.
Programación radio	Si.	En Marca Radio.	Libre acceso.
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	Con el nombre de agenda y un gráfico hallamos la sección donde están marcados los eventos más relevantes del mes.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Solo la sección agenda.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	Si.	Como por ejemplo: Escudería FIFA 2010 O en el enlace de jugandovoy.com entre otros.	Libre acceso.
Concursos	No.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.	Caricaturas de algunos deportistas y entrenadores transformándose de una fotografía normal a un cómic.	Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	Con el blog de Marcatoons o en la sección de ocio.	Libre acceso.
Sorteos	Si.		Suscripción, gratuito.
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En este espacio hallamos toda la información institucional de Marca como TV, Radio, Diario y Web.	Libre acceso.
Información para anunciantes	Si.		Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

Sábado 17 de octubre de 2009 www.marca.com

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente la ultima es del Sábado 17 de octubre de 2009 a las 15:37.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		Libre acceso.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio.	
Audio <i>on demand</i>	Si.		Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		Libre acceso.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.

Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción. Hoy en particular esta la infografía sobre la distribución de las sedes del proyecto olímpico en Madrid.	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

#### Área de participación de lectores.

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo) enviando dependiendo del departamento que necesites un mensaje con tu solicitud, tus datos y el e-mail. Además en "Nuestro Equipo" el contacto se clasifica en quienes laboran en marca.com radio marca y marca	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.		Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.

Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas". Lo más leído. Lo más comentado. Lo mejor valorado.	Gratuito.
Entrevistas <i>online</i> (chats con personajes)	No.		Libre acceso
Consultorio <i>online</i> (especialistas responden)	No.		
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si. Si. No. Si. No. Si. No. Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como You 135uve, Facebook y Twitter.	Libre acceso.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast ( <a href="#">last.fm</a> ) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Gratuito.

Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	En la página hallamos un enlace al canal de marca en Youtube.	Gratuito.
Wiki	No.		
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	Si.	Podemos al ingresar en los enlaces a twitter como marca.com o como marcatoons y encontrar contenido propio.	Libre acceso.
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN			
a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Bajo suscripción podemos ingresar al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el	No.	Solamente se puede modificar el	



tamaño de letras		tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.	Pero tiene la versión accesible	

b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos			
Barra de navegación	No		
Buscador			Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	Lo más votado. Lo más visto. Lo más comentado, etc.	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Acceso gratuito sin suscripciones. Único coste: tarifa de Internet móvil contratada con su operador  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551* .  *PVP: 0,15 €uros + IVA.	Libre acceso.
RSS	Si.	En la parte inferior de la pantalla hallamos: suscríbete al RSS. Marca.com te ofrece la oportunidad de que recibas toda la información deportiva en tu lector de noticias habitual.	Suscripción, gratuito.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si.	Se puede reenviar la información que encontramos en Marca.com a nuestros amigos vía correo electrónico.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.		Libre acceso.

SERVICIOS			
c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.		Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Se promociona en portada: Dvd’s, gorras, raquetas, bicicletas, etc.	Libre acceso.

Avisos clasificados	No.		
Promociones	Si.	Con tu diario marca puedes adquirir la chaqueta de Atlético o un juego de bingo.	Libre acceso.
Otros	No.		

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	Si.	El tiempo para hoy, link ofrecido por TISSOT permite consultar el clima.	Libre acceso.
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	En marca TV.	Libre acceso.
Programación radio	Si.	En marca radio.	Gratuito.
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	Con el nombre de agenda y un gráfico hallamos la sección donde están marcados los eventos más relevantes del mes.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Solo la sección agenda.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	Si.	Como por ejemplo: Escudería FIFA 2010 O en el enlace de jugandovoy.com entre otros.	
Concursos	Si.		
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.		Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	Con el blog de Marcatoons o en la sección de ocio.	Libre acceso.
Sorteos	Si.		Libre acceso.
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En este espacio hallamos toda la información institucional de Marca como TV, Radio, Diario y Web.	Libre acceso.
Información para anunciantes	Si.		Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		

Domingo 25 de octubre de 2009 www.marca.com

CONTENIDOS INFORMATIVOS			
a) Información noticiosa.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora	Si. Si. Si.	Al tener una actualización continua se publican noticias constantemente la ultima es del Domingo 25 de octubre de 2009 a las 15:37.	Libre acceso
Coberturas móviles	No.		
Especiales (tipo reportaje)	Si.	Hay un espacio destinado específicamente para los reportajes.	Libre acceso.
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Si.	Sobre temas deportivos y culturales.	Libre acceso.
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si.	Depende de la sección hallamos varios portales verticales en su mayoría de temas deportivos específicos o de entretenimiento.	Libre acceso.
Otros			

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA			
b) Audio, video y gráficos animados			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Galería animada de noticias	Si.	La mayoría de las notas informativas trae: gráficos, infografías, videos, etc. Y todas ilustraciones fotográficas	Libre acceso.
Fotogalería	Si.	Por cada deporte hay una galería fotográfica y hay una especial diaria que se llama: mejores imágenes del día. Hoy tenemos la Foto galería de los ojos más bonitos.	Libre acceso.
Foto – móvil	No.		Libre acceso.
Audio galería	No.	Pero tienen Marca Radio.	
Audio <i>on demand</i>	Si.		Libre acceso.
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Radio Marca. Página principal esquina superior derecha de la pantalla junto a Marca TV.	Libre acceso.
Video <i>on demand</i>	Si.	Gran parte de las noticias tienen su propio video.	Libre acceso
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	Si.	Se puede seguir los partidos de los equipos deportivos favoritos de cada usuario. Y ver Marca TV.	Libre acceso
Video móvil en vivo	No.		Libre acceso.
Gráficos animados / interactivos	Si.	Incluso existe un blog Marcatoons es un espacio especial para animaciones y gráficos.	Libre acceso.

Mapas interactivos	No.		
Infografías animadas	Si.	Algunas noticias y reportajes cuentan con esta opción. Hoy en particular esta la infografía sobre la distribución de las sedes del proyecto olímpico en Madrid.	Libre acceso.

Hipertextualidad			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Enlaces relacionados	Si.	En caso que el buscador no encuentre lo que el usuario necesita, lo enlaza para seguir buscando información a otras páginas.	Libre acceso.
Enlaces intra – texto	No.		
Enlaces internos (hacia adentro)	Si.	En las diferentes barras de opciones podemos dar un clic y ampliar la información en nuevas ventanas.	Libre acceso.
Enlaces externos (hacia afuera)	Si.	Tiene enlaces con varias páginas incluidos blogs, etc.	Libre acceso.
Diarios	Si.	Pero solo permite ver la portada del mismo desde enero del 2004	Libre acceso.

Área de participación de lectores.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Contactos con el diario -Formulario - Lista de e-mails periodistas.	Si. No. Si.	Marca.com permite enviar, contactar a sus periodistas (grupo de trabajo) enviando dependiendo del departamento que necesites un mensaje con tu solicitud, tus datos y el e-mail. Además en "Nuestro Equipo" el contacto se clasifica en quienes laboran en marca.com radio marca y marca	Libre acceso.
Foros	Si.	Los usuarios pueden participar en los diferentes tipos de foros que marca ofrece sobre todo en temas deportivos.	Libre acceso.
Encuestas	Si.	¿Crees que el Barca volverá a ser el que era? Una de las encuestas del día.	Libre acceso.
Comentarios	Si.	Cada nota informativa tiene un espacio en donde el usuario puede dejar sus comentarios los mismos que quedan publicados.	Libre acceso.
Votación de notas	Si.	Tienen un listado de "Los mas". Lo más leído. Lo más comentado. Lo mejor valorado.	
Entrevistas <i>online</i>	No.		Libre acceso

(chats con personajes)			
Consultorio online (especialistas responden)	No.		
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si.	Marca.com tiene enlaces con varias redes sociales y blogs para que los usuarios se expresen. Se puede publicar los comentarios y opiniones.	Libre acceso.
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	Si. Si. No. Si. No. Si. No. Si.	Cuentan con un listado de blogs y páginas como:  elmundo.es expansión.com suvivienda.es diariomedico.com y más.  También trabaja con páginas como You 141uve, Facebook y Twitter.	Gratuito.

Producción en Servicios Web 2.0			
b) Herramientas			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No. No. Si. Si. No. Si. Si. Si.	Marca.com tiene un espacio con varios blogs recomendados y otros que son parte de Marca TV o Marca radio, etc.	Libre acceso.
Presencia en Flickr	No.		
Vídeo (Canal en Youtube)	Si.	En la página hallamos un enlace al canal de marca en Youtube.	Gratuito.
Wiki	No.		

Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> - Presencia con titulares Web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	Si.	Podemos ingresar en los enlaces a twitter como marca.com o como marcatools. Y encontrar contenido propio.	Libre acceso.
Contenido de Enlaces Favoritos	No.		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 Otros	Si.  Si.	Facebook es parte de la red social de Marca.com y tiene un gran número de seguidores.	Gratuito, hay que registrarse como usuario y tener una cuenta en Facebook.

#### PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

##### a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores

Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Personalización de la portada	No.	Pero al momento de registrarse puede decidir la información que desea le llegue a su e-mail. Bajo suscripción podemos ingresar al RSS.	Libre acceso.
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si.	La portada es de tipo corto y con un clic podemos ampliar la información. Cuenta con una ventana de "Últimas Noticias": pequeña, con titulares y enlaces.	Libre acceso.
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (WAP, iphone, blackberry, etc.) Versiones regionales / locales Versiones bilingüe	No.		
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No.	Solamente se puede modificar el tamaño de las fotografías.	
Ediciones para discapacitados	No.	Pero tiene la versión accesible	

##### b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos

Barra de navegación	No		
Buscador			Libre acceso.
Hemeroteca	No.		
Mapa del sitio	No.		
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No.		
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	Si.	En MARCA.com en las últimas 24 horas. Por ejemplo: Lo más comentado en Marca.  Sin pegada no hay premio (1.242) En Inglaterra vuelve a sonar Gerrard para el Real Madrid (315) Valentino Rossi agranda en Malasia su leyenda con el noveno título mundial (249) Pellegrini: "Esta vez hubo una gran circulación del balón y firmeza defensiva pero faltó el gol" (226)	Libre acceso.
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No. No. Si.	Acceso gratuito sin suscripciones. Único coste: tarifa de Internet móvil contratada con su operador  A través de SMS: Enviando un SMS con la palabra MARCA al 7551* . *PVP: 0,15 Euros + IVA.	Libre acceso.
RSS	Si.	En la parte inferior de la pantalla hallamos: suscríbete al RSS. Marca.com te ofrece la oportunidad de que recibas toda la información deportiva en tu lector de noticias habitual.	Suscripción, Libre acceso.
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No.		
Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos"	Si.	Se puede reenviar la información que encontramos en Marca.com a nuestros amigos vía correo electrónico.	Libre acceso.
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc.)	No.		
Noticias pueden ser imprimidas	Si.		Libre acceso.

## SERVICIOS

c) Servicios comerciales			
Publicidad	Si.		Suscripción por pago.
Tienda virtual	Si.	Se promociona en portada: Dvd's, gorras, raquetas, bicicletas, etc.	Libre acceso.
Avisos clasificados	No.		
Promociones	Si.	Con tu diario marca puedes adquirir la chaqueta de Atlético o un juego de bingo.	Libre acceso.
Otros	No.		

d) información – servicios.			
Contenido	Si/No	Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos.
Pronóstico meteorológico	Si.	El tiempo para hoy, link ofrecido por TISSOT permite consultar el clima.	Libre acceso.
Transporte público / carreteras	No.		
Programación TV	Si.	En marca TV.	Libre acceso.
Programación radio	Si.	En marca radio.	Gratuito.
Cartelera espectáculo, agenda	Si.	Con el nombre de agenda y un grafico hallamos la sección donde están marcados los eventos más relevantes del mes.	Libre acceso.
Directorios	No.		
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si.	Solo la sección agenda.	Libre acceso.

e) Información-ocio			
Juegos <i>online</i>	Si.	Como por ejemplo: Escudería FIFA 2010 O en el enlace de jugandovoy.com entre otros.	Libre acceso.
Concursos	Si.	Se sortean 15 entradas para los partidos de la NBA	Libre acceso. Suscripción.
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si.		Libre acceso.
Horóscopo	No.		
Humor	Si.	Con el blog de marcatoons o en la sección de ocio.	Libre acceso.
Sorteos	Si.		
Otros (postales)	No.		

f) Información institucional			
Institucional - Quiénes somos	Si.	En este espacio hallamos toda la información institucional de Marca como TV, Radio, Diario y Web.	Libre acceso.
Información para anunciantes	Si.		Libre acceso.
Otras actividades	No.		
Mapa del sitio	No.		



### ***Avisos Legales de las páginas Web.***

© MARCA.com

Avenida de San Luis 25 - 28033 MADRID (ESPAÑA)

Versión accesible en tu móvil MARCA.tv Radio MARCA VEO TV suscríbete al RSS Ayuda

Aviso legal

Contacto Venta de contenidos Nuestro equipo

Portal editado por Unidad Editorial Internet, S.L. Sociedad Unipersonal, en adelante Unidad Editorial Internet, es una entidad cuyo domicilio social se encuentra sito en la calle Avenida de San Luis, nº25, 28033 Madrid, y cuyo CIF es B-81.868.697. Teléfono (34) 91.443.50.00. Fax (34) 91.443.67.51. Esta entidad se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 12.636, folio 180, hoja M-202141, inscripción 1ª.

Unidad Editorial Internet expresamente prohíbe el acceso a los contenidos de MARCA.com a través de sistemas robot o cualquier otro sistema mecanizado que no se corresponda con el acceso personal de usuarios a sus páginas. El acceso a los contenidos de MARCA.com por medio de sistemas robot o mecanizados ocasiona a Recoletos y a MARCA.com importantes daños en la medición de sus audiencias, por lo que la sociedad editora perseguirá las conductas realizadas en vulneración de lo dispuesto en el presente apartado.

Queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de MARCA.com a través de recopilaciones de artículos periodísticos, conforme al Artículo 32.1 de la LEY 23/2006, texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. En caso de que esté interesado en una autorización para reproducir, distribuir, comunicar, almacenar o utilizar en cualquier forma los contenidos de MARCA.com, dirija su petición a [propiedadintelectual@marca.com](mailto:propiedadintelectual@marca.com).

Todos los servicios y productos de MARCA.com son gratuitos, excepto los que están claramente identificados como de pago y en los que se indica su precio, impuestos aplicables si es preciso y gastos de envío si los hubiera.

Visite la dirección que se indica a continuación

[http://www.netratings.com/privacy.jsp?section=leg\\_scs@ion=spi](http://www.netratings.com/privacy.jsp?section=leg_scs@ion=spi) para obtener información

más detallada sobre la forma en que recurrimos a los servicios de un tercero para recopilar y utilizar información sobre este sitio web.

## CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN [1] LICENCIA DE USO DE MATERIALES

- 1.- Objeto.
- 2.- Definiciones.
- 3.- Condiciones y Precio del Servicio
- 4.- Términos de la Licencia de Uso.
- 5.- Generales

### 1.- Objeto.

Las presentes condiciones generales regulan el servicio de localización, búsqueda descarga y licencia de uso de los Materiales Protegidos que prestan por medio de la url [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com) del Proveedor pertenecientes al Grupo de Comunicación Unidad Editorial al Cliente.

### 2.- Definiciones.

A los efectos anteriores los siguientes términos significan:

**Materiales Protegidos:** Es cualquier material gráfico, fotográfico, infográfico o redaccional sobre el que el Proveedor dispone de los derechos necesarios para la prestación del servicio y la concesión de la licencia de uso establecida en las presentes condiciones generales. Los materiales protegidos están incorporados a un soporte digital (fichero jpeg de 3.000 x 2300 de resolución aproximada) .

**Proveedor:** Es la única sociedad que contrata con el Cliente y que figura en la factura correspondiente, entre las siguientes sociedades pertenecientes al Grupo Unidad Editorial:

**Proveedor:** Es la única sociedad perteneciente al Grupo Unidad Editorial que contrata con el Cliente y que figura en la factura correspondiente:

- i. Unidad Editorial Información Deportiva S.L.U. CIF : B85162071
- ii. Unidad Editorial Información General S.L.U. CIF : B85157790
- iii. Unidad Editorial Información Económica S.L.U. CIF : B85162022
- iv. Unidad Editorial Revistas S.L.U. CIF : B85162121
- v. Ediciones Cónica S.A. CIF : A28732071

Cliente: Empresa que edita y es titular de las revistas o prensa y cuyos datos completos de identificación aparecen en el formulario de alta del servicio.

### 3.- Condiciones y Precio del Servicio

Para acceder al servicio [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com), el CLIENTE deberá aceptar las presentes condiciones generales y registrarse en el servicio facilitando los datos requeridos en el correspondiente formulario.

Los precios y tarifas aparecen reflejados en [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com) Y no incluyen los impuestos indirectos aplicables.

El acceso al servicio por el CLIENTE será realizado a través de la URL [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com) mediante la inserción de la clave personal e intransferible del CLIENTE. El sistema dispone de distintos motores de búsqueda de Materiales Protegidos que el CLIENTE irá seleccionando en función de su interés por adquirir las mismas. Una vez finalizada la búsqueda, el sistema le mostrará los Materiales Protegidos que ha ido seleccionando y le pedirá confirmar cuáles de ellas desea adquirir. En ese momento, si el CLIENTE desea obtener la licencia de uso detallada en el punto 4 posterior procederá a descargarla en su terminal informático, momento en el cual se tiende otorgada la citada licencia de uso. De conformidad con lo previsto en el artículo 101 del Texto Refundido de la ley de Consumidores y Usuarios, EL CLIENTE no podrá desistir de los Materiales Protegidos descargados. Todas las descargas de Materiales Protegidos que sean realizadas mediante accesos realizados al sistema [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com) con su clave le serán facturados, en tanto no haya notificado el extravío de la misma o cualquier otra incidencia, con antelación a la descarga.

El Proveedor correspondiente procederá a facturar al CLIENTE las descargas de Materiales Protegidos y su correspondiente licencia de uso realizadas durante el mes inmediatamente

anterior. El CLIENTE deberá abonar la correspondiente factura en el plazo máximo de treinta días desde la fecha de emisión de la misma, mediante transferencia bancaria a la cuenta que al efecto haya sido indicada en la factura. En caso de que la factura no sea abonada en el plazo mencionado, el Proveedor se reserva el derecho de cancelar el acceso futuro al servicio, así como de tomar las medidas necesarias para obtener el cobro de las cantidades debidas.

Cualquier incidencia relacionada con el servicio deberá ser notificada con carácter inmediato por EL CLIENTE en la dirección de correo electrónico [marcamedia@marca.com](mailto:marcamedia@marca.com).

El estado actual de la técnica no permite ofertar el servicio de forma continuada e ininterrumpida. Por tanto, los Proveedores no serán responsables en caso de errores de encaminamiento, pérdida de información o datos, retrasos en la entrega o interrupciones del servicio no planificadas. Los Proveedores no se responsabilizan de los posibles daños que pudiera sufrir la instalación del CLIENTE o la información contenida en la misma, por virus informáticos, caballos de Troya o similares, garantizando adoptar no obstante todas las medidas técnicas posibles encaminadas a evitar el fallo del servicio y la transmisión de componentes dañinos a los equipos informáticos del CLIENTE. Los Proveedores aconsejan al CLIENTE disponer de las herramientas informáticas necesarias para prevenir posibles daños en sus sistemas. Asimismo, a efectos de poder utilizar el sistema correctamente, el CLIENTE se compromete en este acto a mantener en correctas condiciones de funcionamiento las instalaciones informáticas y telemáticas que destine a la conexión con nuestro servicio, así como el software y aplicaciones que se utilicen con este fin.

#### 4.- Términos de la Licencia de Uso.

El Proveedor identificado en la Factura, titular de los derechos de propiedad intelectual y de los derechos sobre el soporte concede a EL CLIENTE una licencia no exclusiva no sublicenciable y no transferible para reproducir el Material Protegido descargado que se identifica en la Factura en las Revistas o Prensa especificadas en la Factura.

Por tanto el CLIENTE no podrá ceder, licencias, autorizar ni facultar a ningún tercero por cualquier título la disposición total o parcial de los Materiales Protegidos.

La autorización para la reproducción del Material Protegido se concede para una sola reproducción, en el sentido de una sola fijación o incorporación a la Revista o Prensa especificada en la Factura, y para un solo uso, es decir una sola impresión y/o edición, que deberá producirse antes del transcurso de 3 meses desde la fecha de la Factura. Una vez realizada la reproducción conforme a lo establecido en el párrafo anterior, EL CLIENTE deberá cesar en el uso de los Materiales Protegidos y destruir o eliminar los soportes digitales o moldes en los que se puedan encontrar, pudiendo exigir El Proveedor la acreditación de tales extremos.

En caso de otras utilidades del Material Protegido distintas a las anteriores deberá concederse autorización expresa por parte del Proveedor.

Cualquier reproducción de los Materiales Protegidos, en el caso de obras fotográficas o meras fotografías, independientemente del tamaño del soporte en que se reproduzcan .deberá ir seguida del nombre del fotógrafo así como de las siglas MM (MarcaMedia). El nombre del autor de cada una de las fotografías figura en las páginas de la plataforma [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com) a continuación de la fotografía correspondiente.

Queda expresamente prohibido al CLIENTE realizar cualquier duplicación, almacenamiento (salvo los necesarios para la legítima utilización de los Materiales Protegidos) reproducción parcial o alteración de los Materiales Protegidos de los Proveedores, que deberán ser reproducidas tal y como aparecen en las páginas de la plataforma [www.marcamedia.com](http://www.marcamedia.com).

La licencia concedida por el Proveedor, no comprende ninguna autorización relativa a los derechos de imagen o propiedad de las personas que pudiesen aparecer en los Materiales protegidos, ni ninguna autorización para el uso o utilización de los nombres, marcas, logos o signos distintivos de las personas físicas o jurídicas que pudiesen aparecer en el Material Protegido. Así mismo en el caso que en los Materiales Protegidos aparecieran cualquier obra protegida por derechos de propiedad intelectual o industrial EL CLIENTE, antes de la reproducción del Material Protegido, se compromete a solicitar las pertinentes autorizaciones a los terceros titulares de esos derechos.

La licencia de uso concedida no ampara la utilización de los Materiales Protegidos en contextos (informativos, comerciales, publicitarios o de cualquier otra naturaleza) que pudieran resultar lesivos de derechos al honor, intimidad, imagen, propiedad intelectual o

industrial, competencia desleal o que de cualquier forma pudiera vulnerar derechos de terceros.

#### 5.- Generales

El Proveedor podrá determinar limitaciones, denegar, suspender y/o anular el acceso o descarga a la totalidad o parte de los Materiales Protegidos si el uso actual o potencial de los mismos por EL CLIENTE o terceros , puede contravenir la normativa aplicable o los intereses empresariales del Proveedor, sin que, por ello, pueda considerarse incumplidas las presentes condiciones, ni pueda exigirse por EL CLIENTE, responsabilidad, daño o perjuicio alguno al por dicha causa.

El CLIENTE que vulnere lo dispuesto en las condiciones anteriores estará obligado a resarcir cualquier daño y perjuicio , incluido el lucro cesante, que el Proveedor pueda sufrir derivado de la contravención de lo dispuesto en las presentes Condiciones Generales.

El uso de cualquier Material Protegido, incumpliendo los Términos de la Licencia de Uso constituye una infracción a los derechos de propiedad intelectual que corresponden a los Proveedores o sus licenciatarios y legitima a estos para ejercitar todas las medidas y acciones legales a su alcance.

Para la resolución de cualquier cuestión relativa al presente servicio el Proveedor y el CLIENTE se someten a la jurisdicción de los Tribunales de Madrid capital, con expresa renuncia a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles, y a la legislación española.

## ***Ley de propiedad intelectual del Ecuador.***

[http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/ecuador/L320a.asp](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320a.asp)

### **LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

#### **Título Preliminar**

**Art.1.** El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
  - a. Las invenciones;
  - b. Los dibujos y modelos industriales;
  - c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
  - d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
  - e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
  - f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
  - g. Los nombres comerciales;
  - h. Las indicaciones geográficas; e,
  - i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
3. Las obtenciones vegetales.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

**Art. 2.** Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador

**Art. 3.** El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

## Libro I

### Título I: De los Derechos de Autor y Derechos Conexos

#### Capítulo I: Del Derecho de Autor

##### Sección I: Preceptos Generales

**Art. 4.** Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

**Art. 5.** El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

**Art. 6.** El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:

La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;

Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,

Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley.

**Art. 7.** Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

**Autor:** Persona natural que realiza la creación intelectual.

**Artista intérprete o ejecutante:** Persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra.

**Ambito doméstico:** Marco de las reuniones familiares, realizadas en la casa de habitación que sirve como sede natural del hogar.

**Base de datos:** Compilación de obras, hechos o datos en forma impresa, en una unidad de almacenamiento de ordenador o de cualquier otra forma.

**Causahabiente:** Persona natural o jurídica que por cualquier título ha adquirido derechos reconocidos en este Título.



**Colección:** Conjunto de cosas por lo común de una misma clase o género.

**Compilación:** Agrupación en un solo cuerpo científico o literario de las distintas leyes, noticias o materias.

**Copia o ejemplar:** Soporte material que contiene la obra o producción, incluyendo tanto el que resulta de la fijación original como el que resulta de un acto de reproducción.

**Derechos conexos:** Son los derechos económicos por comunicación pública que tienen los artistas, intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

**Distribución:** Puesta a disposición del público, del original o copias de la obra, mediante su venta, arrendamiento, préstamo público o de cualquier otra forma conocida o por conocerse de transferencia de la propiedad, posesión o tenencia de dicho original o copia.

**Divulgación:** El acto de hacer accesible por primera vez la obra al público, con el consentimiento del autor, por cualquier medio o procedimiento conocido o por conocerse.

**Editor:** Persona natural o jurídica que mediante contrato escrito con el autor o su causahabiente se obliga a asegurar la publicación y divulgación de la obra por su propia cuenta.

**Emisión:** Difusión a distancia de sonidos, de imágenes o de ambos, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, con o sin la utilización de satélites, para su recepción por el público. Comprende también la producción de señales desde una estación terrestre hacia un satélite de radiodifusión o de telecomunicación.

**Expresiones del folklore:** Producciones de elementos característicos del patrimonio cultural tradicional, constituidas por el conjunto de obras literarias y artísticas, creadas en el territorio nacional, por autores no conocidos o que no se identifiquen, que se presuman nacionales del País, de sus comunidades étnicas y se transmitan de generación en generación, de manera que reflejen las expectativas artísticas o literarias tradicionales de una comunidad.

**Fijación:** Incorporación de signos, sonidos, imágenes o su representación digital, sobre una base material que permita su lectura, percepción, reproducción, comunicación o utilización.

**Fonograma:** Toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos o de sus representaciones digitales. Las grabaciones gramofónicas, magnetofónicas y digitales son copias de fonogramas.

**Grabación efímera:** Fijación temporal, sonora o audiovisual de una representación o ejecución o de una emisión de radiodifusión, realizada por un organismo de radiodifusión utilizando sus propios medios y empleada en sus propias emisiones de radiodifusión.

**Licencia:** Autorización o permiso que concede el titular de los derechos al usuario de la obra u otra producción protegida, para utilizarla en la forma determinada y de conformidad con las condiciones convenidas en el contrato. No transfiere la titularidad de los derechos.

**Obra:** Toda creación intelectual original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse.

**Obra anónima:** Aquella en que no se menciona la identidad del autor por su voluntad.

**Obra audiovisual:** Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.

**Obra de arte aplicado:** Creación artística con funciones utilitarias o incorporada en un artículo útil, ya sea una obra de artesanía o producida en escala industrial.

**Obra en colaboración:** La creada conjuntamente por dos o más personas naturales.

**Obra colectiva:** Es la creada por varios autores, por iniciativa y bajo la responsabilidad de una persona natural o jurídica, que la publica o divulga con su propio nombre, y en la que no es posible identificar a los autores o individualizar sus aportes.

**Obra por encargo:** Es el producto de un contrato para la realización de una obra determinada, sin que medie entre el autor y quien la encomienda una relación de empleo o trabajo.

**Obra inédita:** La que no ha sido divulgada con el consentimiento del autor o sus derechohabientes.

**Obra plástica o de bellas artes:** Creación artística cuya finalidad apela al sentido estético de la persona que la contempla, como las pinturas, dibujos, grabados y litografías. No quedan comprendidas en la definición, a los efectos de la presente ley, las fotografías, las obras arquitectónicas y las audiovisuales.

**Obra póstuma:** Además de las no publicadas en vida del autor, las que lo hubiesen sido durante ésta, si el mismo autor, a su fallecimiento, las deja refundidas, adicionadas, anotadas o corregidas de manera que merezcan reputarse como obras nuevas.

**Organismo de radiodifusión:** Persona natural o jurídica que decide las emisiones y que determina las condiciones de emisión de radio o televisión.

**Productor:** Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de una obra, por ejemplo, de la obra audiovisual, o del programa de ordenador.

**Productor de fonogramas:** Persona natural o jurídica bajo cuya iniciativa, responsabilidad y coordinación se fijan por primera vez los sonidos de una ejecución, u otros sonidos o sus representaciones digitales.

**Programa de ordenador (software):** Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un dispositivo de lectura automatizada, ordenador, o aparato electrónico o similar con capacidad de procesar información, para la realización de una función o tarea, u obtención de un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión o fijación. El programa de

ordenador comprende también la documentación preparatoria, planes y diseños, la documentación técnica, y los manuales de uso.

**Publicación:** Producción de ejemplares puesto al alcance del público con el consentimiento del titular del respectivo derecho, siempre que la disponibilidad de tales ejemplares permita satisfacer las necesidades razonables del público, teniendo en cuenta la naturaleza de la obra.

**Radiodifusión:** Comunicación al público por transmisión inalámbrica. La radiodifusión incluye la realizada por un satélite desde la inyección de la señal, tanto en la etapa ascendente como en la descendente de la transmisión, hasta que el programa contenido en la señal se ponga al alcance del público.

**Reproducción:** Consiste en la fijación de la obra en cualquier medio o por cualquier procedimiento, conocido o por conocerse, incluyendo su almacenamiento digital, temporal o definitivo, y la obtención de copias de toda o parte de ella.

**Retransmisión:** Reemisión de una señal o de un programa recibido de otra fuente, efectuada por difusión de signos, sonidos o imágenes, ya sea difusión inalámbrica, o a través de cable, hilo, fibra óptica o cualquier otro procedimiento, conocido o por conocerse.

**Titularidad:** Calidad de la persona natural o jurídica, de titular de los derechos reconocidos por el presente Libro.

**Usos honrados:** Los que no interfieren con la explotación normal de la obra ni causan un perjuicio a los intereses legítimos del autor.

**Videograma:** Fijación de una obra audiovisual.

## Sección II

### Objeto del Derecho de Autor

**Art. 8.** La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes:

Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma;

Colecciones de obras, tales como antologías o compilaciones y bases de datos de toda clase, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones intelectuales, sin perjuicio de los derechos de autor que subsistan sobre los materiales o datos;

Obras dramáticas y dramático musicales, las coreografías, las pantomimas y, en general las obras teatrales;

Composiciones musicales con o sin letra;

Obras cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales;

Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas;

Proyectos, planos, maquetas y diseños de obras arquitectónicas y de ingeniería;

Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia;

Obras fotográficas y las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía;

Obras de arte aplicada, aunque su valor artístico no pueda ser dissociado del carácter industrial de los objetos a los cuales estén incorporadas;

Programas de ordenador; y,

Adaptaciones, traducciones, arreglos, revisiones, actualizaciones y anotaciones; compendios, resúmenes y extractos; y, otras transformaciones de una obra, realizadas con expresa autorización de los autores de las obras originales, y sin perjuicio de sus derechos.

Sin perjuicio de los derechos de propiedad industrial, los títulos de programas y noticieros radiales o televisados, de diarios, revistas y otras publicaciones periódicas, quedan protegidos durante un año después de la salida del último número o de la comunicación pública del último programa, salvo que se trate de publicaciones o producciones anuales, en cuyo caso el plazo de protección se extenderá a tres años.

**Art. 9.** Sin perjuicio de los derechos que subsistan sobre la obra originaria y de la correspondiente autorización, son también objeto de protección como obras derivadas, siempre que revistan características de originalidad, las siguientes:

- a. Las traducciones y adaptaciones;
- b. Las revisiones, actualizaciones y anotaciones;
- c. Los resúmenes y extractos;
- d. Los arreglos musicales; y,
- e. Las demás transformaciones de una obra literaria o artística.

Las creaciones o adaptaciones, esto es, basadas en la tradición, expresada en un grupo de individuos que reflejan las expresiones de la comunidad, su identidad, sus valores transmitidos oralmente, por imitación o por otros medios, ya sea que utilicen lenguaje literario, música, juegos, mitología, rituales, costumbres, artesanías, arquitectura u otras

artes, deberán respetar los derechos de las comunidades de conformidad a la Convención que previene la exportación, importación, transferencia de la propiedad cultural y a los instrumentos acordados bajo los auspicios de la OMPI para la protección de las expresiones en contra de su explotación ilícita.

**Art. 10.** El derecho de autor protege también la forma de expresión mediante la cual las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas a las obras.

No son objeto de protección:

**a)**

Las ideas contenidas en las obras, los procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí; los sistemas o el contenido ideológico o técnico de las obras científicas, ni su aprovechamiento industrial o comercial; y,

**b)**

Las disposiciones legales y reglamentarias, las resoluciones judiciales y los actos, acuerdos, deliberaciones y dictámenes de los organismos públicos, así como sus traducciones oficiales

## ***Glosario de Blogging.***

**Glosario tomado del link el día Marte 9 de febrero del año 2010:**

**<http://www.blogmundi.com/glosario-de-blogging/>**

**Adsense** - sistema de anuncios de Google utilizado en algunos blogs y páginas web para obtener dinero, generalmente, para dar soporte al mismo sitio.

**Ajax** - abreviatura de Asynchronous JavaScript and XML. Sirve para crear aplicaciones web interactivas.

**Archivos** - el conjunto de posts o artículos de un blog dispuestos en una sola página. Pueden ordenarse por categoría, fecha...etc.

**Atom** - un formato específico de feed.

**Audioblogging** - es una variante de blogging usando audio en lugar de texto.

== B ==

**Blog** - ( abrev. de Weblog ) es un tipo de página web con una serie de artículos ordenados cronológicamente desde el más reciente, situados al principio de la página, al más antiguo situado hacia el final o la parte de abajo.

**Blogadicto** - Síndrome adictivo provocado por la actividad obsesiva del bloguero infomaniaco. Es una patología de la información, sin definición clínica, que se relaciona con la infoxicación y la disponibilidad permanente que promocionan los servicios ofrecidos a través de la banda ancha. El término anglosajón para el blogadicto sería Blogaholic

**Blogger** - plataforma de blogs creada por Google.

**Blogger/Bloguer/Bloguero/a** - persona que escribe en un blog.

**Blogging** - la acción de postear o escribir en los blogs.

**Bloglines** - es un agregador de feeds que muestra el contenido de los blogs sin necesidad de acudir a su página.

**Blogosfera** - el conjunto de blogs y bloggers de Internet.

**Blogroll** - lista de enlaces en la barra lateral de un blog.

== C ==

**Categorías** - clasificación de los artículos de un blog por temas.

**Comentarios** - las opiniones o la opción de que un lector de un blog deje su opinión en él.

**Creative Commons** - un abanico de licencias que abarcan desde el tradicional sistema de derechos de autor hasta el dominio público.

== D ==

**Del.icio.us** - marcador para compartir posts.

== E ==

**Edublog** - blog orientado a la educación.

== F ==

**Feed** - Se emplea para denominar a los documentos con formato RSS o Atom, basados en XML, que permiten a los agregadores recoger información de páginas web.

**Feedblitz** - gestor de suscripciones por correo.

**Feedburner** - sistema de gestión de feeds muy popular y que ofrece diversas herramientas.

**Flickr** - servicio que permite compartir fotos y publicarlas en tu blog.

**Footer** - (pie) la parte de abajo de un blog que suele mostrar enlaces de navegación y copyrights.

**Fotolog** - un blog creado principalmente a partir de fotos e imágenes.

**FTP** - (abrev. file transfer protocol). Protocolo que permite la transferencia de archivos desde y a un servidor de alojamiento.

== H ==

**Header** - (cabecera) la parte superior del blog, donde suele mostrarse el título.

== L ==

**Linkbaiting** - cualquier idea o sistema llevado a la práctica con el único objetivo de ser enlazado desde varios sitios para mejorar el posicionamiento y la relevancia de la web.

**Live Bookmarks** - una característica del navegador Firefox. Se actualiza automáticamente con los últimos contenidos de la web.

**LiveJournal** - plataforma gratuita de blogging.

== M ==

**Metablog** - un blog sobre blogging.

**Moblogging** - también llamados moblogs. Un blog escrito y mantenido a través de un teléfono móvil.

**Movable Type**- sistema de blogs utilizable al adquirir una licencia de pago.

## == O ==

**Odeo** - un tipo de agregador utilizado para descargar automáticamente podcasts.

**OPML** - (abrev. de Outline Processor Markup Language.) En formato XML , permite importar y exportar fácilmente diferentes suscripciones a múltiples blogs entre distintos agregadores de feeds o RSS.

## == P ==

**Page Rank** - sistema que utiliza Google para medir la importancia de una página.

**Permalink** - enlace a un artículo concreto.

**Photolog** - un blog creado principalmente a partir de fotos e imágenes.

**Ping** - (abrev. de Packet Internet Grouper) Sistema que permite notificar a distintos servicios acerca de las actualizaciones de tu blog.

**Pingback**- Ver Trackback.

**Pingomatic, Pingoat** - servicios para hacer ping a varios sitios.

**Plugins** - pequeños archivos que añaden mayores funcionalidades y características a tu blog.

**Podcasting** - sistema de distribución de archivos multimedia (audio y video) utilizando feeds para reproducirlos en móviles y ordenadores.

**Problogger** - bloguer profesional.

## == R ==

**RSS** - (abrev. de really simple syndication) familia de formatos de feeds utilizados para la sindicación de contenidos. Really Simple Syndication (RSS 2.0), Rich Site Summary (RSS 0.91, RSS 1.0), RDF Site Summary (RSS 0.9 and 1.0)

## == S ==

**SEO** - ( abrev. de search engine optimization). Para mejorar tu posición en los buscadores.

**Spam** - mensajes no solicitados que suelen atacar a los blogs a través de los comentarios.

**Splog** - un spam blog

## == T ==

**Tag cloud** - mostrar una lista de etiquetas o palabras clave en un blog.

**Tags** - adjuntar palabras clave a los artículos para asociarlos a posts similares.

**Technorati** - un buscador en tiempo real que muestra lo que sucede en la blogosfera.



**Template** - el diseño o plantilla de un blog.

**Trackback** - sistema mediante el cual se envía un ping a otro blog con la intención de notificarle que un artículo de su blog ha sido mencionado en el tuyo.

**Troll** - Un «troll» de Internet es el (normalmente es un él) que siente placer al sembrar discordia en Internet. Intenta iniciar discusiones y ofender a la gente.

**Typepad** - sistema de blogs utilizable al adquirir una licencia de pago.

== V ==

**Vlogging** - también llamado video blogging. Una variante de blog que usa video en lugar de texto.

== W ==

**Weblog** - es un tipo de página web con una serie de artículos ordenados cronológicamente desde el más reciente, situados al principio de la página, al más antiguo situado hacia el final o la parte de abajo.

**Web Feed** - permite a los usuarios a suscribirse a sitios web que modifican o añaden contenido regularmente.

**Wiki** - base de conocimiento colaborativa que permite a los lectores añadir y editar contenido.

**Wordpress** - plataforma gratuita de blogs desarrollada principalmente por Matt Mullenweg. Uno de los sistemas más populares.

== X ==

**XFN** - (abrev. de XHTML Friends Network). Una forma simple de representar relaciones humanas a través de hipervínculos.

**XML** - (abrev. de eXtensible Markup Language). Es un lenguaje extensible de etiquetas utilizado como formato en la sindicación de contenidos de los blogs.

## **ENTREVISTA**

**Entrevista realizada al Web Master de la página [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com), la penúltima semana del mes de noviembre del año 2009, vía e-mail.**

**¿En qué fecha se creó la página?**

A mediados del 2002.

**¿Cada qué tiempo se actualiza la información en la página?**

Tres veces al día, en coincidencia con la transmisión de los noticieros. También de acuerdo a la urgencia de los acontecimientos.

**¿Se utilizan Hipervínculos? (Mencione alguno de ellos)**

Pues sí existen links a varios sitios de la misma página, por ejemplo la parte interactiva.

**¿En qué se diferencia su Web de otras?**

Aparte de la información, es un sitio solidario que siempre está dispuesto a responder las dudas de sus usuarios.

**¿El equipo de trabajo de la página labora solo para el medio online o es compartido con el medio tradicional?**

Sólo para la página Web.

**¿Qué tipo de lenguaje utilizan en la Página Web?**

Un lenguaje claro, sencillo, jovial y directo.

**¿Cuál es la principal diferencia del Web site con el medio tradicional?**

Todos somos TC Televisión. Simplemente se manejan diferentes estilos pues no puede existir mayor diferencia en cuanto a contenido. Por ejemplo, desde el punto de vista periodístico, no es lo mismo redactar para televisión que para la página Web.

**¿Cómo seleccionan (Criterio de selección) la información que irá en la Web?**

Se maneja una pauta informativa desde la redacción de El Noticiero, en el caso de la información noticiosa y desde programación en el caso de la información de entretenimiento. Por lo general la información de la página Web mantiene relación con la transmisión en vivo.

**¿Qué Herramientas Web 2.0 podemos encontrar con más incidencia en su medio?**

Youtube, Twitter, Facebook y demás series de funcionalidades.

**¿Cuál era su visión? Y ¿Se cumplió?**

Se está cumpliendo, y eso es muy satisfactorio. Para el 2010 TC Televisión lanzará una página Web mucho más moderna y funcional, que incluirá mayor interacción con nuestros usuarios y televidentes en general. Podría decir que todo se ha cumplido.

**¿Existe una integración de las salas de redacción del medio tradicional y el online?**

Como te comenté todos somos un solo equipo de trabajo.

**¿El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital?**

Sí, redacción para páginas Web, así como de diseño y programación Web.

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

Utilizamos plataforma Linux desde el 2003.

**¿Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?**

Información noticiosa, de entretenimiento y servicios interactivos como descargas y Chat.

**¿Cuál es el número de usuarios que visitan su Web site?**

Bordean los cincuenta mil.

**¿Realiza publicidad de sus servicios a través de Internet?**

En pantalla siempre se promociona nuestro sitio Web. También se utilizan medios como Youtube y Facebook como se lo hizo con el álbum virtual.

**¿Existe periodismo participativo en el Web site?**

Somos un equipo de trabajo que muestra su interés en la ciudadanía a través de foros de opinión y fuentes calificadas.

**¿En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, opiniones, sugerencias del Público?**

La opinión siempre es importante. Cada correo que llega es contestado, si está en nuestras manos resolvemos directamente las inquietudes. Los e-mails son dirigidos a cada responsable según sea el requerimiento.