

CERTIFICACIÓN

Licenciada Mayra Gonzáles

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

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

Loja, 15 de Octubre del 2009

Lcda. Mayra Gonzales
DIRECTORA DE TESIS

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Rosa María Dávila Bravo 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”.

Rosa María Dávila
AUTOR

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.

Quito, 15 de octubre del 2009

Rosa María Dávila

CI. 170680273-1

AGRADECIMIENTO

Expreso mis más sinceros agradecimientos a la Licenciada Mayra Gonzales, Directora del presente trabajo; por su inmensa ayuda en todo este proceso de investigación.

De igual manera mi gratitud y reconocimiento a todos quienes hacen de la Universidad Técnica Particular de Loja el sitio propicio para la Educación Superior a Distancia, permitiéndonos alcanzar nuestras metas educativas, así como a Ecuadoraudio y Radio Quito, que con su presencia en la red han permitido la realización de la presente tesis de grado.

A mis padres por su ayuda incondicional; a mi esposo, mi hermano, mi cuñada, a mis hijos Finita y Albertito, a mi sobrinito Apupito; que siempre me apoyaron de una o de otra manera para llevar a cabo el proceso de mi educación. A todos los seres que me han rodeado con valor y ánimo haciéndome mirar siempre hacia adelante.

La Autora

DEDICATORIA

Acompañas mi camino, Luz de mi mundo interno,
eres Aurora en mis oscuros velos,
Atón en mis noches de invierno;
Maestro director de sagradas melodías.

Haces de mi vida un sendero para mi destino,
me das la compañía de mis seres más queridos.
Aún cuando no te escuche...estas siempre conmigo,
Eres Tú Luz; vida, amor y abrigo.

Gracias por el tiempo, la familia y la vida,
Entrégame la gracia de perseverar al infinito,
Recibe mi dedicatoria como simple reconocimiento;
Y cuando mis ojos miren tu luz....transportame al infinito.

Rosa María Dávila

Índice general...

Portada.....	I
Cesión de derechos.....	II
Autoría.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Resumen.....	VI

CAPÍTULO I Marco Teórico

1. Transición de medios tradicionales a medios digitales.....	1
1.1 Diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y digitales.....	3
2. Aparecimiento de medios nativos.....	7
2.1 Medios Nativos.....	9
2.2 Características.....	10
3. Web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación.....	12
3.1 Herramientas más utilizadas.....	14
3.2 Propiedad intelectual en la red.....	16
4. Redacciones Digitales.....	18
4.1 Integración de salas de redacción.....	19

CAPÍTULO II Investigación, Análisis y aplicación

2.1 Investigación de campo.....	21
2.2 Breve análisis de la situación de los medios de comunicación.....	24
2.2.1 Medio Digital: Ecuadoraudio.....	24
2.2.2 Medio Digital: Radio Quito (versión digital).....	26
2.3 Aplicación de instrumentos de investigación.....	28

CAPITULO III Análisis de datos y resultados

3.1 Análisis cualitativo de Ecuoraudio y Radio Quito.....	36
3.2 Análisis cuantitativo de los Medios de Comunicación.....	43
3.3 Comparación cuantitativa de Ecuoraudio y Radio Quito.....	51
Conclusiones.....	52
Recomendaciones.....	53
Bibliografía.....	54
Anexos.....	57

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la labor que realizan RADIO QUITO Y ECUADORAUDIO en la red con herramientas Web 2.0. Para esta investigación se procede a realizar un análisis de ambos medios de comunicación, con métodos como la observación, referencia bibliográfica, la entrevista y la investigación del medio dentro de una semana compuesta.

Ecuadoraudio es un medio nativo, cuyo Productor General es Santiago Buitrón dueño de una visión nueva aplicada a la comunicación. Carece del género de la noticia en general. Puesto que lo busca es promover y rescatar la cultura y las tradiciones de nuestro país por medio de reportajes, cuentos y fábulas; de esta manera pretende dar a conocer nuestro país al mundo entero con su presencia en la Web

Este medio se encuentra dotado de recursos audio visuales en casi todas sus secciones, y permite al usuario subir texto, imágenes y audio al sitio. Tiene una sección de foros y la posibilidad de realizar comentarios en todos sus distintos segmentos. Es posible acceder a su página de manera directa y rápida desde cualquier ordenador con acceso a la Red.

Si bien por una parte hace uso de algunas herramientas tecnológicas, por otro lado le hace falta aplicar aquellas que se relacionan con el ranking de la información, la distribución, hipervínculos, blogs y, sindicación de contenidos entre otros. Así como la actualización de su información, puesto que durante el tiempo de investigación no presentó ningún cambio dentro del sitio.

Radio Quito a la vez, pertenece a Diario El Comercio, a pesar de estar al aire en su medio tradicional durante 69 años y ser reconocido por su audiencia; aún no posee un sitio individual con contenido propio.

Para acceder a su portada se lo hace por medio de un link de la página del Diario. Por lo que no dispone de un acceso directo y más bien es parte de los contenidos del El Comercio.com. Al desplegarse su página principal se puede observar únicamente el Logo de la Radio, el icono para conectarse a la emisora con audio on streaming y una parrilla de programación del medio. Además consta el número telefónico y el mail de contacto.

Se puede ingresar al contenido de la programación por medio de enlace en los días de la semana, al margen superior derecho e inferior se encuentran titulares a modo de hipervínculos del Diario. Es decir no posee ninguna información propia como medio de comunicación fuera de su programación. Incluso los cuadros publicitarios presentes pertenecen al Comercio.com según Karla Sánchez, Web master del medio.

Carece totalmente de recursos visuales, de área de participación de lectores con excepción del contacto con el medio, blogs o accesos a redes sociales. Mientras que la página del Diario es rica en el uso y la aplicación de herramientas Web. El sitio de la Radio está casi desprovisto en su totalidad de nuevas tecnologías de la comunicación. Lo que resulta insólito debido a la falta de atención que se le ha dado al medio. Es esencial el desarrollo de una página propia de este medio para poder dar el siguiente paso hacia la era digital dentro de un sistema comunicativo altamente competitivo.

Determinar la labor que realizan RADIO QUITO Y ECUADORAUDIO en la red con herramientas Web 2.0

CAPÍTULO I Marco Teórico

1. Transición de medios tradicionales a medios digitales

Desde sus inicios el hombre ha perseverado en la búsqueda de mejorar la comunicación de unos con otros, ya sea por el simple hecho de comunicarse o así como también de preservar cierta información. Desde gestos guturales al quipus y mas tarde la escritura, siglos más tarde el telégrafo; no fueron si no solamente el ingenio del hombre descubriendo nuevas posibilidades para aquello que le es innato de alguna manera: *La comunicación*.

Con el desarrollo tecnológico tanto de la informática como de la electrónica se abren nuevas posibilidades comunicacionales ya en este siglo. Nacen *las nuevas autopistas de la información y redes sociales*, las cuales complementan y permiten una información digitalizada con múltiples capacidades de acceso e interacción por parte del usuario. Colocando a los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio y la televisión en el punto decisivo de aceptar la era tecnológica siendo parte de ella o próximamente quedar relegado a ser un medio tradicionalista y hasta arcaico.

Pero este cambio en la difusión de la información trae consigo otras implicaciones, como lo es la necesidad de aplicar nuevas herramientas informáticas, reorganizar el diseño y los géneros periodísticos y más aún buscar la interacción con el usuario de esta información. Ahora es él quien decide que información es de su interés; es un ser quien desea expresar sus opiniones, puntos de vista y hasta su conocimiento mismo del hecho, aportando al mundo de los medios de comunicación ya no solo como alguien que recibe la información pasivamente, sino mas bien como quien hace de dicha información una real comunicación al interactuar con esta, son estas las posibilidades que trae la web 2.0. y el periodismo ciudadano.

Con la participación del periodismo ciudadano la comunicación y la edición de la noticia y el *setting* de los editores se ha terminado. Con la cobertura digital los usuarios tienen acceso directo a una red mundial de información con fotografías, audio y textos donde sus

opiniones son validas inmediatamente. Entonces esta nueva era de la comunicación “online” requiere hasta de un cambio de pensamiento por parte del medio y de los periodistas que en el trabajan. La información se descentraliza, la red se satura de información y los medios compiten por permanecer en ella activamente otorgando a los usuarios mayores posibilidades cada vez. Ya son miles los medios que alrededor del mundo aportan con su información a la red, estructurando y buscando entonces nuevas posibilidades de interacción con el usuario.

En el Ecuador a su vez, los medios de comunicación se unen progresivamente a esta nueva era de comunicación virtual. Los Periodistas ecuatorianos en la actualidad comprenden la necesidad de incluirse en estas iniciativas comunicacionales. ¿Pero que tan preparados se encuentran para este cambio? El periodista Juan Carlos Cabezas, quien es el Coordinador de “Ciudadanía Informada” afirma:

*“A través de un diálogo entre los miembros de Ciudadanía Informada, encontramos a los medios online abriéndose espacio entre un espacio creciente, pero aún carentes de propuestas de interactividad con los usuarios en algunos casos”.*¹

Si el precipitado avance tecnológico impulsa a los medios hacia un nuevo horizonte en las comunicaciones a nivel mundial, es preciso investigar como este cambio se va desarrollando y de que manera impacta tanto a los medios mismo como al lector en nuestro país. Identificando de esta forma la situación actual de los medios ecuatorianos y su trabajo en la red; más aún si estos hacen uso de las herramientas Web 2.0, que facilitan la interactividad con el usuario.

El desafío actual para los medios tradicionales como la prensa, radio y televisión es entrar a competir en la nueva era digital. Esto implica no solo una innovación tecnológica y su lenguaje propio, sino también un claro entendimiento del cambio generacional a fin de proyectar a una nueva audiencia fuera del término tradicional; ahora llamada: Usuarios.

Christian Espinoza reconocido periodista ecuatoriano y responsable del blog para Cobertura Digital, considera que hay mucha dependencia por parte de las redacciones tradicionales y por ese motivo no terminan de despegarse para tomar decisiones más independientes y “arriesgadas” en el sentido de que este es un medio en el que hay que aprender probando.²

1. <http://www.coberturadigital.com/2009/02/26/ciudadania-informada-prepara-1er-encuentro-de-medios-on-line-ecuador/>

2. <http://www.blogsperu.com/blog.asp?b=544>

1.2 Diferencias sustanciales entre los medios tradicionales y digitales

A continuación se presenta una tabla comparativa sobre las características sustanciales de los medios tradicionales como digitales.

	Radio	Prensa	Televisión	Medio Digital
Inmediatez de la información.	Inmediato (Facilidad en transmisión de datos)	Poco inmediato (Demora por impresión de información)	Inmediato (Facilidad en transmisión de datos)	Inmediato (Facilidad en transmisión de datos)
<p>Según un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Cornell y Stanford se pudo identificar que las noticias en blogs ingleses, se anuncian por lo menos dos horas después haber sido publicadas en algún medio tradicional, como lo puede ser la televisión.</p> <p>Pero si lo comparamos con otros medios como los impresos, el tiempo de publicación de la noticia es casi inmediato al suceso. Como ejemplo solamente pocos minutos luego de la súbita muerte de Michael Jackson ya la red lo anunciaba en cientos de páginas alrededor del mundo, se abrieron blogs pidiendo información y otros confirmando lo que los medios informaban</p>				
La información en sí misma	Fija (Lo decide el medio, se emite y se acaba)	Fija (Lo decide el medio, se imprime y se acaba)	Fija (Lo decide el medio, se emite y se acaba)	Se desarrolla (El usuario la escoge, se expande y se actualiza con la interactividad)
<p>La red presenta información que se actualiza en el transcurso del día debido a su interactividad, en la que aportan cientos y miles de usuarios. Las noticias son expuestas según su relevancia, y es el usuario más ya no el medio quien al fin escoge y prioriza el orden y los contenidos</p> <p>Como lo señala el experto en periodismo digital <u>Francisco Olivares</u>, mientras que la televisión tiene una hora de emisión y los periódicos una hora de cierre, en los medios digitales nunca se termina la noticia siempre cambia.</p>				

Comunicación	Vertical (Con cierto grado de participación ciudadana)	Vertical (El investigador es el medio de comunicación)	Vertical (Muy limitado espacio de participación ciudadana)	Horizontal (El usuario es miembro activo del medio)
<p>Los usuarios son escuchados y su opinión es siempre aceptada. La comunicación en el medio digital es “la conversación”, a diferencia de otros medios en los cuales se emplea el discurso. Los usuarios son escuchados y su opinión es siempre aceptada</p>				
Estructura de los medios e Infraestructura	Fija (Requiere de espacio físico y de Estructura específica)	Fija (Requiere de espacio físico y de Estructura específica)	Fija (Requiere de espacio físico y de Estructura específica)	Virtual (No requiere de espacio físico ni de una estructura compleja)
<p>El medio digital ya no requiere de un espacio físico, su ubicación es virtual en un hosting de la red. Así como la estructura de los medios digitales con frecuencia suelen ser menos rígidas que los medios tradicionales, ya que no se requiere de la misma cantidad de personal para la elaboración, investigación, impresión y distribución de la información.</p>				
Nuevos Formatos	Poco variable (Requieren de creatividad en su presentación)	Poco variable (Requieren de creatividad en su presentación)	Poco variable (Requieren de creatividad en su presentación)	Multimediatco (Usan herramientas tecnológicas)
<p>Mientras que los formatos para los medios tradicionales no varían mucho al momento de difundir la información, los medios digitales poseen recursos de multimedia, hipertexto, interactividad, plataformas y servicios.</p>				

Alcance de Publicidad	Limitado (Se requiere la sintonización de la emisora, además del alto costo publicitario)	Limitado (Es necesaria la revisión del impreso, además del alto costo publicitario)	Limitado (Se requiere la sintonización del canal y combatir el zapping, además del alto costo publicitario)	Expandible (Por medio de enlaces y por la difusión del medio digital llega a menor costo a un mayor número de personas)
------------------------------	--	--	--	---

Gracias a la inmediatez de la información y la accesibilidad de la misma, los medios digitales llegan a un mayor número de usuarios (receptores). Este hecho facilita la distribución de la publicidad de forma acelerada, mundial y a un menor coste, ya que su difusión se generaliza a través del acceso a enlaces sin importar la ubicación de la persona que accede a dicha información. La publicidad tiene su espacio en el medio y el usuario la ve pero no interrumpe su actividad necesariamente.

Accesibilidad	Algo Limitado (Por costo de equipos radiales)	Más Accesible. (Por costo del formato impreso)	Limitado (Los aparatos televisivos son medianamente altos en costo y pueden ser exorbitantes dependiendo de las características)	Más Limitado (Se requiere de un computador y conexión a Internet, lo que significa un costo bastante elevado, pero ahora la existencia de Salas de Internet permiten una mayor conectividad a muchos usuarios)
----------------------	--	---	---	--

La accesibilidad a la información digital es bastante sencilla en muchos casos. Con la expansión de las salas de Internet, ya no se precisa disponer uno mismo de un computador con conexión. Los costos por hora en Quito van desde los .60 centavos a un dólar, el equivalente en ciertos casos a un medio impreso, con la diferencia de poder acceder directamente a la información que uno necesita, por medio de archivos gráficos, textos, audio, videos y foros. Disponiendo de la parte informativa que ellos precisan en su

momento directamente y no en forma secuencial como lo presentan los otros medios.

Público	Variable (Dato generacional)	Variable (Dato generacional)	Variable (Dato generacional)	Muy variable (Dato generacional)
----------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

“De entre la gran variedad de ofertas de comunicación, un individuo perteneciente a un público elige aquello que concuerda con sus intereses, está en armonía con sus actitudes, se corresponde con sus creencias religiosas y afianza sus máximas de conducta” (DeFleur, 1966)

La red si bien es cierto es un medio que se expande día a día junto con las nuevas tecnologías, también es cierto que es un hecho generacional. Para los mayores de 60 años la información viene principalmente de los medios tradicionales y destinan muy pocas horas al Internet. Mientras que las nuevas generaciones se unen a las redes sociales de los medios digitales con mayor facilidad, como un acto meramente tecnológico de la modernidad.

Soportes	Onda Radial (Radio)	Medio Impreso (papel)	Señal satelital (Pantalla de televisión)	Plataforma virtual. (Internet)
-----------------	------------------------	--------------------------	---	---

El soporte para la información digital se encuentra en una plataforma de acceso. Se libera del papel y la pantalla estática o vertical de la televisión así como de la caja radial, conjugando la imagen con el texto y el audio.

<http://www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=11841&sec=iworld>

<http://www.gruporial.com/jovepress/articulosview.asp?key=45>

<http://www.baquia.com/noticia/relacionada/1833/1/-la-diferencia-entre-blogs-y-medios-tradicionales/>

2. Aparecimiento de medios nativos

Un largo trayecto ha recorrido el proceso de evolución de los medios de comunicación. Después del salto generacional que se da con la creación de la imprenta de Gutenberg y la posibilidad de masificar la información, años después para el año 1622 nace el primer periódico de tirada continua en Inglaterra: *Weekly News*, con lo cual se persigue mantener informado continuamente a la ciudadanía. A mediados de 1880 con la aparición de la Linotipia se automatiza los tipos en línea y los periódicos alcanzan los cientos de miles de ejemplares. Unos cuantos años más tarde llegaría la radio, el cine y la televisión, impulsando un desarrollo tecnológico comunicacional insuperable.

A finales de la década de 1960 la Agencia de Proyectos de investigación Avanzada (ARPA por sus siglas en inglés) busca un sistema de comunicación entre sus cuatro centros de investigación. Los mismos que deberían mantenerse en contacto a pesar de existir un posible daño en las líneas telefónicas, proyecto basado en intereses militares y políticos. Se implementó la conexión satelital en los cuatro centros de investigación. En consecuencia con el transcurso del tiempo se fueron enlazando otros puntos que mantendrían su comunicación aunque uno de ellos este imposibilitado telefónicamente. De esta forma nace el Internet como parte de un contexto histórico específico descentralizado en cuanto a la información y uso, en el que cualquier usuario podía acceder desde su sitio de trabajo con conexión sin percibir un costo.

Paulatinamente se fueron desarrollando en la red monopolios comerciales y portales especializados que obligaron al usuario al pago de un costo por servicio más uso telefónico.

Solamente en los Estados Unidos en un periodo de seis años comprendidos entre 1982 a 1988 la adquisición de un computador domestico pasó del 3% al 14%. Y ya para el año 1995 el 36% de los hogares disponía de un PC, pero solo un 20% tenía un *MODEM* para conectarse a la red por línea telefónica ¹. Ahora es posible conectarse bajo suscripción o prepago sin necesidad de una línea telefónica.

Este avance en las comunicaciones que permitió al usuario comunicarse con otros ordenadores sin importar su ubicación; despunta a los medios de comunicación hacia una nueva era: la de la *Comunicación Digital*. En la que los medios tradicionales buscan un espacio en la red; El Daily telegraph en el Reino Unido fue el primero en subir una versión online del periódico en 1994 con el nombre de Electronic Telegraph.

A la par de estas formas de periodismo nacen los *Medios Nativos*, dotados del conocimiento tecnológico y el empuje con el que vieron la luz.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de finales del siglo XX permite a la persona la opinión y reacción ante cualquier hecho o inquietud inmediatamente. El ciudadano puede y participa libremente aportando a la red por medio de conversaciones, foros, blogs y demás. La Internet se nutre de la participación colectiva de sus usuarios y ofrece cada día un entorno comunicacional en el que la distancia y el idioma ya no son un problema. Como lo indica acertadamente una vez más DeFleur:

“No obstante la heterogeneidad de la sociedad moderna, individuos con características semejantes muestran reacciones de comunicación semejantes”

Cuando el periodista empieza a innovar y a explorar contenidos en el ciberespacio, comienza a hacer periodismo digital, desarrollando una nueva forma de quehacer periodístico e integrando sus conocimientos a un nuevo medio: El digital.

¹ CRESPI, Irving, *El proceso de opinión pública-como habla la gente*; Ed. Ariel 2000, pág 142

2.1 Medios Nativos

Con la expansión de Internet y el Ciberespacio los medios de comunicación tradicionales van integrando sus contenidos en una versión digital. Lo hacen al principio por el deseo de ellos también usar las nuevas tecnologías que acompañan al momento. Pero siendo estos en su mayoría poseedores de una comunicación vertical, suben en muchas ocasiones la información a la red de la misma forma que la presentan a su público, fría y aún lejana del usuario que espera participar activamente. A esto se van incorporando algunas facilidades multimediáticas que permiten reducidamente la interacción. Como dice García Fajardo :*“La gente empieza a comprender la naturaleza de su nueva tecnología, pero no aún lo suficientemente bien, ”* por lo que aclara la urgente necesidad de comprender este nuevo ambiente a fin de *no caminar con la mirada puesta en el retrovisor.*²

Por otra parte, surgen comunicadores que entienden a este desarrollo tecnológico y al Ciberespacio no simplemente como un medio de comunicación más. Sino más bien como un hecho social de características inigualables; en el que cada persona quiere y busca formar parte activa de una sociedad extensamente globalizada, que permite su participación en un proceso dinámico de comunicación a nivel mundial tan cerca como la pantalla de un computador.

El Medio Nativo surge entonces como resultado de un hecho social en el que cada usuario participa, revolucionado por el avance en la tecnología y por el periodista digital quien conjuga esta participación triple en un solo medio, el Medio Nativo, con una nueva visión de hacer periodismo, integrando el periodismo ciudadano al ciberespacio.

Este medio ya no requiere de una infraestructura física; al ser un medio digital su ubicación es virtual en un hosting (servidores de alojamiento virtual), para lo que pagan un costo por arrendamiento y disponen de un servicio las 24 horas. La página de Periodismo del mar³ señala que existen servidores de gran envergadura como la ubicada en Brasilia, capaz de alojar todos los e-mails de Hotmail pertenecientes a Sudamérica.

² GARCÍA, Fajardo, *Comunicación de masas y Pensamiento político*, Ediciones Pirámide 2003, Pág. 68
<http://periodismodelmar.blogspot.com>

2.2 Características

El medio nativo se libera de paradigmas rígidos para dar cabida a un sistema de vista múltiple y flexible. Este nuevo modelo de medio informativo tiene características propias en cuanto a su *estructura física y organizacional* y *el trato a la información con el uso de la tecnología aplicada como interactividad, multimedialidad, hipertextualidad e inmediatez*.

2.2.1 Estructura Física y Organizacional

Como se menciona con anterioridad, el medio de comunicación digital no requiere de una infraestructura física para su funcionamiento. Su presencia es virtual en el Internet, con un Hosting de Alojamiento*.

En cuanto a la Estructura Organizacional del medio digital, esta no requiere de gran número de trabajadores. En el caso de Ecuadoraudio su representante es Santiago Buitrón, y su página se nutre con los aportes de los usuarios.

Sus principales colaboradores son los mismos usuarios en periodismo participativo ciudadano, además de periodistas digitales y el Webmaster.

2.2.2 Trato a la Información

En lo que respecta al trato de la información sus características se basan en las posibilidades tecnológicas como se analiza a continuación.

Interactividad

La interactividad se refiere a la capacidad con la que cuenta el usuario para interactuar con otros, o aportar con ideas, preguntas u opiniones, así como video o audio, propios o ajenos con respecto a la información que el medio digital proporciona, creando un ambiente de equilibrio en cuanto al flujo de información.

Multimedialidad

Según Salaverría es la posibilidad de combinar elementos como texto, imagen y sonido en un mensaje. Es la integración de distintos recursos que permitan un ambiente semejante al de la realidad, aportando con el sonido al contexto, el texto que explique el contenido e imágenes que faciliten la comprensión por medio de lo visual.

Hipertextualidad

La hipertextualidad no es otra cosa sino la corroboración de la información por medio de enlaces, párrafos o citas. Que aporten al contenido con información adicional de páginas enlazadas entre sí, para ahondar en ciertos aspectos considerados necesarios. Aportan al usuario la posibilidad de pasar entre varias páginas distintas con información semejante o relacionada una a otra.

Inmediatez

Hace referencia a la difusión de la noticia en el menor tiempo posible después del hecho. Se da por la facilidad de comunicación en redes sociales, textos, imágenes o vídeos desde equipos móviles.

Personalizada

El usuario jerarquiza la información y la recibe de acuerdo a sus intereses e inquietudes, ya no es el director del medio quien designa el orden de importancia a cada noticia.

Publicidad

La publicidad en el medio digital, es decir en páginas Web generalmente se ubica a los costados del cuadro informativo, sin interrumpir en muchos casos al usuario. Por otra parte los costos de esta publicación son inferiores a sus publicaciones en los medios tradicionales y tienen la capacidad de expandirse globalmente debido a enlaces e hipertextos.

* *Hosting: El alojamiento web (en inglés web hosting) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web. Los Web Host son compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes. (<http://periodismodelmar.blogspot.com/2007/05/historia-de-medios-digitales.html>)*

3. Web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación

Para el año 2001 las crecientes páginas “startup” en la red, dueñas de un dominio puntocom atraían gran número de usuarios y visitas repercutiendo esto en grandes ingresos publicitarios. Muchas de estas páginas no estaban listas para sustentar su existencia en el tiempo, dando como resultado la quiebra de muchos dominios en la Red. Posteriormente se realizarían cambios y avances tecnológicos que permitirían al usuario afianzar su confianza en los servicios Online e integrarse más activamente a la nueva generación virtual. El vocablo Web 2.0 nace a fines del año 2004 como un término más de Marketing tecnológico. Llegando a ser conocida por sus principales aplicaciones como Youtube, Wikipedia, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, OhMyNews, blogs, entre otras las cuales serán analizadas posteriormente en el siguiente punto.

Como bien lo señala [Tim O'Reilly](#)¹ en “What is Web 2.0”: *“Las burbujas y las consiguientes crisis económicas parecen ser una característica común de todas las revoluciones tecnológicas”*. Surge como una herramienta que promueve la Interactividad del usuario permitiendo asistir y colaborar con información activamente a diferencia de su primera generación Web 1.0

Una de las mejores definiciones sobre este vocablo lo proporciona Richard MacManus² en su blog, definiendolo así:

“Web 2.0 es la Web como plataforma; porque se pueden completar los espacios que faltan en la definición dependiendo a quién le hable... Para publicistas; Web es plataforma para comunicaciones... Para periodistas, Web es plataforma para medios... Para programadores, la Web es una plataforma para desarrollo de software. Y así sucesivamente...”

Con esta nueva herramienta de interactividad para el usuario se modifican los lazos entre este y el medio de comunicación. Se afianzan bases comunicacionales y ahora es posible generar redes sociales de interacción, en la que la Web se enriquece y desarrolla con el aporte de sus colectivos.

¹ <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

² Consultor y analista Web independiente. Co-fundador del Web 2.0 Workgroup.

La noticia y su trascendencia lo decide el usuario, ella no existe sino está presente en la Red, por otra parte la vigencia de la misma es permanente, de fácil acceso y comprobación. La accesibilidad de la información debe ser tan sencilla como para identificar hechos noticiosos ocurridos con anterioridad, pero que en muchos casos aún son investigados y valorados por los mismos usuarios. Así es el caso de la muerte de Elvis Presley cuya noticia aún sigue siendo tema de debate en cientos de páginas de blogs.

La constante interacción horizontal del usuario con el medio de comunicación transforma todos sus principios. Ahora se debe comprender a los usuarios como movimientos sociales, entendiendo sus necesidades, intereses y deseo de expresión. El medio está en la obligación de facilitar herramientas multimedia que permitan satisfacer las nuevas necesidades comunicacionales. Creando accesos a la información, en la que muchas ocasiones el participante se enlaza por medio de buscadores con la noticia de su interés, sin ni siquiera ingresar a la página principal. Por lo que se busca subir la misma información en diferentes plataformas flexibilizando la noticia. Para lo cual el medio debe estar listo a emprender nuevos retos para asegurar su permanencia y uso en la era Online. Entendiendo el trabajo del periodista no como único conocedor del tema, sino simplemente como alguien más que lo expone ante una *Inteligencia Colectiva*.

Una de las principales inquietudes de los medios de comunicación que se hace necesario mencionar, son sus temores poco aclarados aún acerca de la rentabilidad del medio, accesible sin un costo por su servicio, (a ello que existan medios online que requieren de suscripción) . Pese a esto siguen incorporando a sus páginas herramientas Web 2.0 como una puerta de entrada a miles de cibernautas.

El Ecuador viene desarrollando y buscando a la vez integrar sus medios a esta creciente ola de Comunicación Online. Como lo dice Chrisitan Espinoza en Ciudadanía Informada, se tiene previsto para el 28 y 29 de Agosto de este año el [Primer encuentro de Medio Online Ecuador](#)¹.

¹ <http://www.coberturaadigital.com/2009/02/26/ciudadania-informada-prepara-1er-encuentro-de-medios-on-line-ecuador/>

[Armando Cabrera Silva](#) ¹ sostiene el trabajo que se viene realizando en el Ecuador con herramientas Web 2.0, por parte del personal docente de la [UTPL](#) ² y sus estudiantes desde el año 2.005, donde más de 300 personas de su modalidad presencial y más de 20.000 según cifras proporcionadas de educación a distancia comparten este nuevo concepto.

En el caso de Ecuadoraudio, las Herramientas Web 2.0 aplicadas nos dan acceso a cierto número de servicios e información, en el que los usuarios pueden aportar con criterios, audio y videos. Pero esto se lo analizará detenidamente en el capítulo 2 del presente informe.

3.1 Herramientas más utilizadas

Como se menciona en el punto anterior, la Web 2.0 brinda al usuario un gran número de nuevas posibilidades de interacción. Una clasificación bastante sencilla de estas herramientas Web 2.0, podría ser de acuerdo a su característica principal: Audio, video y fotografías, calendarios, blogs, chats, correos electrónicos, navegadores, marcadores sociales, buscadores, video conferencias y podcasting. A continuación se analizan las herramientas más utilizadas de esta clasificación, por parte de los usuarios de esta red comunicacional global.

Blogs

Como parte de una iniciativa individual para exponer temas, cuestionar, debatir o simplemente conversar nacen los Blogs; páginas de un sin número de temas donde prima la Inteligencia colectiva y el propio saber. Aplicados en los nuevos medios de comunicación online para interactuar con el usuario.

Messenger

Servicio gratuito de mensajería Instantánea para conversar en tiempo real por medio de mensajes escritos. Aplicación existente en varias redes de servicios de mensajería como Yahoo, Gmail y Hotmail entre otros.

¹ <http://pulsosocial.com/2009/04/17/el-despertar-de-ecuador-frente-a-la-web/#comment-2282>

² <http://utpl.edu.ec>

YouTube

En este sitio se puede subir videos personales y bajar los ya existentes. Se lo utiliza de múltiples maneras, por ejemplo la UTPL tiene sus tutorías virtuales en You tube para la utilidad del estudiante; además se puede encontrar videos musicales, de humor, suspenso o simplemente videos caseros. Esta página recibe más de 100 millones de visitas al día.

Redes Sociales

En este grupo se encuentra un gran número de sitios conocidos. Es el caso de Hi5, Myspace, Facebook por citar los más conocidos. En estas redes sociales millones de personas interactúan entre sí las 24 horas al día, y muchos son los medios de comunicación que tienen links a estos sitios por su popularidad. Además se puede acceder a estos servicios por medio de teléfonos celulares de alta tecnología o Smartphones.

Flickr

Flickr permite al usuario acceder a su banco de fotografías, subir fotos a la red o incluso hacer mezclas entre ellas. Se puede tener acceso a ellas por el "tagging" o etiqueta de definición.

Wikipedia

Es un sitio de escritura colaborativa según Guardian Online. Este sitio constituye un diccionario virtual actual, en el que se puede encontrar temas de la más variada índole. Progenitor de MiWikio, a cuya información se puede acceder a través de etiquetas previamente escogidas por los usuarios.

Twitter

Es otra de las redes sociales predilectas por los usuarios, en este sitio se puede conversar con otros usuarios por medio de frases cortas, se puede dar seguimiento a noticias relevantes como sin trascendencia alguna más que para su propio autor.

Skype

Es una herramienta para video-conferencia, en la que es necesario solo contar con una cuenta o logging para poder conversar, supliendo a las llamadas internacionales por su bajo costo sino la conexión y fácil acceso.

Salas de Chat

Estas salas son los sitios favoritos al momento de entablar amistades o mantener contacto con usuarios ya conocidos, por medio de estos sitios se interactúa entre cientos de usuarios al mismo tiempo sin importar en que parte del mundo se encuentren.

Delicious

Es una página Web que permite almacenar todas las páginas favoritas del usuario y disponer de ellas en cualquier ordenador.

3.2 Propiedad intelectual en la red

La red permite al cibernauta acceder a un mundo de información sin límite, así como ser participe activo de ese proceso informativo. Para salvaguardar los derechos de autoría en la Web y evitar el perjuicio de sus autores, se crearon los derechos de propiedad intelectual en Internet. En la que al momento de subir información a la red, esta queda amparada bajo estos mismos derechos, y quien las inflinga es susceptible incluso de perder su libertad.

Para preservar sus derechos se recomienda registrar la información online en el Registro de la Propiedad Intelectual: Como lo recomienda la [Guía Legal](#)¹:

“Es necesario determinar en todos los casos a quien corresponden los derechos sobre el sitio Web, siendo recomendable incorporar en las páginas un aviso legal acerca de la autoría y propiedad del contenido de las mismas.”

¹ <http://iabogado.com/esp/guialegal/guialegal.cfm?IDCAPITULO=18060000>

Es conocido el caso del sitio “Napster”; en el que los usuarios podían descargar todo tipo de música de forma gratuita, lo que despertó la ira por parte de las casas disqueras terminando en una cantidad de demandas legales por violación a los derechos de autoría.

Aunque aún existen páginas donde es posible la descarga de música gratuita, algunas de ellas lo hacen de forma legal, en la que son los propios artistas quienes conceden el permiso a ciertas descargas por publicitar una nueva canción, o puede ser permitida por el mismo sitio para promocionar la página de descargas musicales a bajo costo como por ejemplo ITUNES.

Aún existen sitios piratas donde la descarga de música se realiza de manera ilegal por medio de programas de software, quedando a la voluntad moral de usuario su uso o no, donde el mayor riesgo es el de contraer algún tipo de virus para el computador, como suele pasar en sitios altamente populares, añadiendo el hecho de su aporte fraudulento a la red.

Desde hace ya varios años, alrededor de todo el mundo se llevan a cabo implementaciones a los códigos legales que aseguren el derecho a la Propiedad Intelectual. Es el caso de China por ejemplo que en junio del año anterior difundió el *Compendio de Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual*, a fin de combatir la “piratería”. Solo en ese año se habían receptado 1.126 casos referentes a derechos de patente, siendo 59 de ellos casos de violación y 601 falsificaciones de derechos. (Tian Lipu, director de la Administración Nacional de Derechos de Propiedad Intelectual.)

Por otra parte los Estados Unidos también tiene leyes como la Copyright Assembly y la Digital Millenium Copyright Act o por sus siglas en Inglés DMCA, además de una propuesta que se encuentra a la espera de ser aprobada con el nombre de UCITA (Uniform Computer Information Transaction Act) la misma que contribuyen en cierta forma al control sobre los derechos de autor, además de amparar las “licencias de uso” sobre programas informáticos para descarga en Internet. Organizaciones como PILA cuyo objetivo es según su misma publicación: *“Crear una plataforma de aprendizaje para intercambiar prácticas de gestión de la propiedad intelectual e industrial (PI) en las Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica”*¹

¹ (<http://www.pila-network.org/presentacion.html>)

Fundada por 18 universidades de Latinoamérica y 4 europeas, trabajan con la Oficina Europea de Patentes, y oficinas de Propiedad Intelectual e Industrial de España y Latinoamérica. Buscan mediante la interacción entre universidades y empresas contribuir al desarrollo económico y social.

Tratados Internacionales como el [Convenio de Berna](#)¹, para la protección de los derechos de autor, firmada por primera vez en 1886 y revisada nuevamente el 28 de septiembre de 1979, confieren protección a las obras bajo cualquier forma de expresión según el artículo 21. Sea por copia o manipulación de la misma. Demuestran la voluntad por defender los derechos de autoría desde hace más de un siglo ya.

El cambio social que se viene dando exige también un cambio de actitud frente a los derechos de autor en mundo global. Nacen propuestas como la Licencia de documentación libre de GNU, cuya última revisión para la versión 1.3 fue en el año 2008, permite la copia, redistribución y modificación de los textos que disponen de esta licencia. Al igual que Creative Commons, que buscan reducir las barreras legales por medio de nuevas legislaciones y tecnologías, facilitando el uso de contenidos ha generalizado ya su licencia de tal forma que se lo ha traducido a 28 idiomas, pero son muchos más los que se encuentran interesados, así es el caso del Ecuador en la que se encuentra en proceso de traducción.

Es entonces el momento actual propicio para realizar cambios en el libre flujo de la información, donde el mundo virtual deja a la libre moral del usuario el infligir o no los derechos de autoría.

4. Redacciones Digitales

Para esta nueva forma de redacciones digitales es preciso comenzar como lo hace Eugenio Scalfari quien es director de la Republica de Roma, en cuanto a la función del periodista ya sea en un medio online o tradicional, cuya única función es informar.

Siendo que la forma misma de los géneros periodísticos ha cambiado, el trabajo del periodista se ve modificado y es él quien debe adaptarse al nuevo medio, esto quiere decir;

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Convenio_de_Berna

dejar atrás antiguos esquemas verticales y abrirse a un mundo informativo donde muchos son entes informativos, ante toda una revolución informativa digital.

La característica principal con la que cuenta hoy el periodista digital en su redacción son herramientas de texto y audiovisuales, para las que no necesariamente se necesita ser un experto informático sino solamente un sabedor- aprendiz de las nuevas herramientas para la comunicación digital. Siendo esto precisamente lo que la Red actual informativa tiene a su servicio, un completo sistema informativo en el que se puede conjugar los diferentes sentidos de la persona por medio de la imagen, el audio y la palabra, en todo un nuevo proceso de lenguaje informativo.

Al existir miles de fuentes informativas en la Red, no se requiere de un número importante de periodistas laborando en sus salas de redacción. Es más el número de trabajadores se ve reducido a una pequeña cantidad de colaboradores. Juan Giner y Barry Sussman presentaron un cuadro resultado de una encuesta a 550 páginas Web de alrededor del mundo, acerca del personal de redacción. A continuación se detalla el cuadro en mención de acuerdo a sus características de origen.

Personal de redacción	Total	Europa	América del Norte	América Latina	Resto del mundo
5 o menos	74%	69%	85%	51%	63%
De 6 a 10	9%	10%	5%	23%	10%
De 11 a 20	10%	14%	5%	16%	15%
De 21 a 50	5%	4%	4%	7%	9%
Más de 50	1%	1%	1%	2%	3%

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

Aquí se puede ver un ejemplo real de la cantidad de personas que se requieren para las salas de redacción digitales. A esto también se debe entonces la brecha existente en cuanto a la convergencia entre salas de redacción tradicionales y digitales.

4.1 Integración de salas de redacción

Internet como un soporte más dentro de los medios de comunicación en un mundo tecnológico; donde el usuario es protagonista principal dentro del periodismo ciudadano,

obliga a los medios de comunicación a integrar sus salas de redacción. Mientras que el medio tradicional cuenta con una sala fija de redacción, el medio digital como se menciona no requiere de una estructura física ya que su lugar es virtual, y sus salas de redacción pueden ser cualquier ordenador con acceso a la Web, se liberan de las agencias de noticias como casi fuente exclusiva para cierta información y se añaden a esta páginas noticiosas informativas online, pertenecientes a cientos de canales de radio, televisión y prensa, blogs y foros en la Red.

Esto conlleva problemas inherentes a los medios tradicionales con respecto a la inmediatez; el caso de la prensa por ejemplo, en lo que sus periodistas, editores y prensistas elaboran el periódico, en el medio digital se puede subir la noticia tan pronto se la conoce.

Una ventaja ante la inminente integración de las salas de redacción de los medios, es sin duda el financiamiento con el que aporta la versión online al medio tradicional por ejemplo, así como Salaverría señala que una de las ventajas de esta convergencia de salas de redacción, es mayor coordinación editorial, mayor capacidad de hacer apuestas informativas comunes, en un efecto “*orquestal*”, para una cobertura coordinada, además de la creación de contenidos multiplataforma para dispositivos digitales y móviles.

Por otra parte es importante indicar que al trabajar en conjunto las salas de integración, atraen a públicos diferentes a ambas versiones informativas. En el Word Editors Forum, *20 minutos* (tercer portal más visitado en España) se hace una importante valoración sobre las ventajas de la integración en sus salas de redacción; aduciendo la eficiencia en la información y la nulidad de trabajos duplicados, así como la generación de mayor información. Reconoce su éxito debido a la integración de sus salas de redacción, lo que afianzó lazos entre su audiencia tanto para el medio impreso como Online.

En el caso de Ecuadoraudio, no existe una integración de salas de redacción propiamente dicha, por ser un medio Online que se dedica a la expansión de la cultura ecuatoriana, ninguno es el espacio que se lo asigne para cubrir la noticia. Se caracteriza por notas tipo reportajes culturales y espacios que permitan conocer a nuestro país desde otra perspectiva, no la noticiosa. Mientras que para radio Quito, un medio eminentemente tradicional abriéndose espacio en la red, aún se asignan espacios informativos específicos en cuanto a horarios. Se realiza un enlace en tiempo real con la frecuencia radial, es decir *Audio on streaming*.

CAPÍTULO II Investigación, Análisis y aplicación

2.1 Investigación de campo

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis; la UTPL designa un cronograma de actividades de trabajo e investigación ¹. El mismo que se detalla a continuación de la misma manera en la que se diseñó.

ACTIVIDADES	INDICADORES DE RESULTADOS	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov
Primera y segunda tutoría.	Orientación para la elaboración de la Tesis.	X			X			
Recopilación y constitución de una base de datos documental. Revisión de investigaciones previa sobre el tema. Revisión bibliográfica.	Marco teórico coherente con el tema de investigación.	x	x	x	X			
Realización del trabajo de campo.	Realización del trabajo de campo				x	X		
Codificación y preparación de los datos del trabajo de campo.	Codificación y preparación de los datos del trabajo de campo.						X	
Elaboración del informe final y puesta en común de los resultados	Tesis finalizada por escrito.						X	
Disertación de la Tesis.	Graduación.							x

¹ MIER, Catalina, Coronel Gabriela, Rivera Diana, *Programa de Investigación para egresados*, Ed. UTPL, mayo-2009. Loja Ecuador. pág, 38

Primera Tutoría

El día 9 de mayo del 2009 se lleva a cabo la primera tutoría en el Centro Regional Quito a las 16:00. Dirigido por la Licenciada Catalina Mier Coordinadora del Programa de Graduación de la UTPL. Aquí se expone y explica la manera en la que se va a desarrollar la tesis de Comunicación Social. Posteriormente se asigna el Director de la misma y los medios a ser investigados por cada estudiante. Se designa a la Licenciada Mayra González, Docente de la UTPL para la dirección de este proyecto, así como a Radio Quito (online) y www.ecuadoraudio.com como los dos medios a investigar.

Durante los meses de mayo, junio, julio y agosto procedo a realizar el Marco teórico del presente proyecto. Este corresponde al primer capítulo de mi tesis cuyo tema es: *Determinar la labor que realizan RADIO QUITO Y ECUADORAUDIO en la red con herramientas Web 2.0.*

Para este desarrollo recopilé la mayor información posible sobre la parte teórica y conceptual. Revisando bibliografía referente al tema, páginas de Internet y foros de discusión. Comprendiendo nueva terminología y familiarizándome con la temática asignada desarrollo el primer capítulo de acuerdo al índice proporcionado por la Coordinación del programa de graduación masiva de la UTPL.

Por otra parte visito digitalmente los dos medios designados para la investigación y voy conociendo un poco más sobre ellos.

Segunda Tutoría

La segunda tutoría se la realiza el día 1 de Agosto del 2009, a las 16:00 en el Centro Regional Quito; bajo la dirección de la Licenciada Catalina Mier nuevamente. Aquí se explica el proceso de investigación y trabajo de campo. Se expone el uso y la aplicación de tablas cuantitativas y cualitativas dentro de la Semana Compuesta, las mismas que fueron enviadas a nuestro mail para su utilización.

La idea es determinar las cualidades del medio Online y la aplicación de herramientas Web 2.0 en la información proporcionada. Así como una revisión acerca de los contenidos mismos publicados en el medio, usando una tabla cuantitativa en una semana compuesta

Análisis de contenido: semana compuesta

Bajo la directriz de la Licenciada Mier, se procede a analizar el contenido del medio digital, para esto, en el caso de Ecuadoraudio se debe tomar en cuenta su página en la Web por ser un medio nativo (www.ecuadoraudio.com) ;en el caso de Radio Quito lo que se va a investigar de la misma manera es su página principal o portada. Para tener acceso a su página se debe ingresar por www.elcomercio.com y seleccionar el link de radios y posteriormente Radio Quito.

Esta investigación toma siete semanas por la que se la denomina “Semana Compuesta”. Se designa una semana completa a la revisión de la información publicada en el medio durante cada uno de los días de la semana; aplicando para su análisis las tablas cualitativas que fueron proporcionadas. Por lo que toma siete semanas su revisión completa.

El motivo para designar una semana completa a la investigación de un solo día, es para identificar cualidades y cantidades en la información publicada por el medio. A la vez permite ver cuanto se actualiza la información de una semana a otra y poder hacer un mejor seguimiento a su portada y a su información para obtener resultados más veraces.

Se diseña el siguiente cronograma para el Análisis de contenido por día de investigación dentro de la semana compuesta:

	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Domingo	16		
Lunes	24		
Martes		1	
Miércoles		9	
Jueves		17	
Viernes		25	
sábado			3

2.2 Breve análisis de la situación de los medios de comunicación

Para determinar el estado actual de los medios digitales en el Ecuador a modo de selección, se detalla a continuación una investigación sobre el trabajo de los medios Radio Quito y Ecuadoraudio en el trabajo que realizan en la red con herramientas Web 2.0.

2.2.1 Medio Digital: www.ecuadoraudio.com

The screenshot shows the EcuadorAudio website in Microsoft Internet Explorer. The browser title is "Ecuador Audio -- Microsoft Internet Explorer". The address bar displays "http://www.ecuadoraudio.com/home/index.php". The website features a large banner with the text "Del Ecuador... al Mundo..." and "Escucha EcuadorAudio ¡Bienvenidos!". Below the banner is a navigation menu with "Inicio", "FOROS", "Recopilación de Audios", "Galería Ecuatoriana", and "Contáctanos". The main content area includes a search box, a "Registro" section with "Registrarme", "Ingresar", and "¿Olvidó su clave?", and a "PRESENTACIÓN" section. There are also advertisements for "BREAK DANCE FLAMENCO" and "Gane US \$15.000".

Ecuadoraudio es un medio nativo digital, al que se puede ingresar por su dirección: www.ecuadoraudio.com. En su carta de presentación Santiago Buitrón indica que este

medio esta compuesto por todos los usuarios quienes a su vez colaboran con audio y fotografías; enriqueciendo al medio con comentarios, críticas y sugerencias. ²

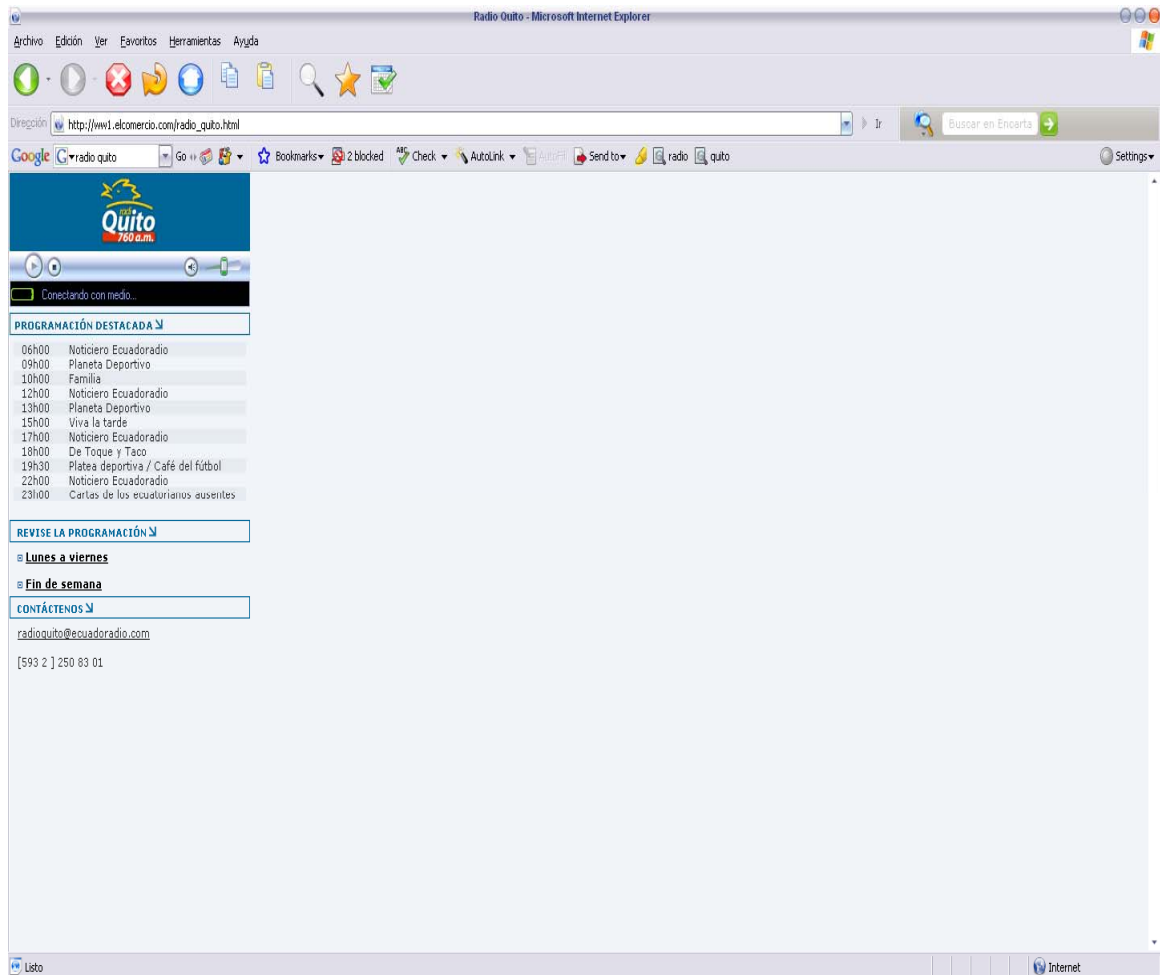
Visitando su página se puede ver que el delineamiento principal de este medio es específicamente cultural. Busca mantener las tradiciones de nuestro Ecuador y su gente, con audio e imágenes accesibles al usuario sin pago alguno. Permite conocer por medio de sus secciones lugares del Ecuador, parte de su flora y fauna.

Se comprende desde el inicio la visión tan diferente que tiene como medio de comunicación, mientras en la mayoría prima la “noticia”, Ecuadoraudio hace de sus segmentos algo distinto, novedoso y entretenido a la vez. Tratando de rescatar la cultura y las tradiciones de nuestro país.

Si bien en su página principal se encuentran ciertos contenidos, para el resto de ellos es imprescindible acceder por medio de una barra de navegación.

Posiblemente por la tendencia misma del medio puede ser que no se publiquen noticias de ningún tipo. Pero posee secciones tipo reportaje, acompañadas de fotografías. Así como secciones de cuentos y relatos tradicionales con audio on demand, es decir para descargar, acompañados siempre de una caricatura en movimiento.

2.2.2 Medio Digital: Radio Quito (versión digital)



Como se puede observar esta es la portada de Radio Quito, como la emisora le pertenece a Diario El Comercio, no dispone de una dirección para visitar su página directamente; uno ingresa al sitio por medio de un link del Comercio.com, de la siguiente manera: digitando www.elcomercio.com se despliega la página digital del diario y en la parte superior derecha de la barra de navegación se encuentra un link con el nombre de "Radios", del cual se despliegan dos opciones: Radio Quito y Radio Platinum, se debe seleccionar el icono de RadioQuito y entonces se abre su página principal.

Al ingresar a los días de la semana solamente aparece la programación horaria para la semana, según los segmentos a tratarse, sean noticiosos, musicales, o variedad. En el lado

derecho y en la parte inferior aparece un recuadro con titulares de noticias; pero estas noticias no son propias de Radio Quito, todas ellas son de El Comercio.com.

“La voz de la capital” nace en 1940 en la calle Chile en el Centro de Quito en los 1360 Khz. en onda media y 5970 Khz. onda corta; como radioemisora de diario El Comercio. Se la distingue por sus presentaciones de música en vivo, noticias, deportes y especialmente su elenco de radioteatro ¹. El mismo que nueve años más tarde lo llevaría a un cierre de dos años.

En 1949 se interrumpe la presentación de los hermanos Benítez y Valencia, para proceder con una dramatización adaptada de “La guerra de los mundos” de Orson Wells. En la que supuestamente marcianos aterrizan sobre Cotacollao. La estrepitosa noticia aterroriza a la ciudadanía, quienes al sentirse burlados acuden a las instalaciones y proceden a incendiarla. El resultado fue de unas cuantas personas fallecidas, perdidas materiales trascendentales, unos cuantos detenidos y la emisora cerrada. Hasta su re apertura nuevamente el 30 de abril de 1951. En Agosto del presente año Radio Quito cumplió 69 años desde su primera transmisión. Su señal esta en los 760 de amplitud modulada y 90.9 de frecuencia modulada, y uno puede conectarse con la emisora por medio de un link en su portada.

1. <http://www.pateplumaradio.com/south/ecuador/radioquito.htm>

2.3 Aplicación de instrumentos de investigación (entrevista, análisis de contenido, semana compuesta)

Luego de un breve análisis con respecto a la situación del medio, se procede a realizar la evaluación del contenido con aplicación de técnicas como la observación y la entrevista a los medios; así como la aplicación de las Tablas cualitativas y cuantitativas.

Análisis Cuantitativo

Para el Análisis cualitativo de los medios, se aplica la Tabla de parámetros de investigación proporcionada por la UTP, la misma que ayuda al momento de definir o delimitar de cierta manera el contenido mismo del medio de comunicación. Cuantificando la información de acuerdo a sus diferentes características, como lo es la sección a la que pertenece, fuentes de las cuales se obtiene la información, el género utilizado en la redacción e imagen.

Para esto se revisan los siguientes datos:

1. Secciones:

- Política
- Economía
- Sociedad
- Sucesos
- Deportes
- Otros

2. Fuentes:

- Directas (primera mano)
- Instituciones públicas
- Instituciones privadas
- Documentales

3. Géneros:

- Noticia
- Crónica
- Reportaje
- Entrevista

4. Imagen:

- Fotografías a color
- Fotografías a blanco y negro
- Ilustraciones
- Caricaturas
- Infografía

De esta manera se busca obtener un número definido acerca de la información que se sube a la página Web; cualidades de la temática y la tendencia del medio, dentro de una semana compuesta. Datos que serán evaluados en el capítulo tres posteriormente.

Análisis Cualitativo

Para el desarrollo de las tablas en el proceso de investigación se consideran los siguientes parámetros dentro del Análisis cualitativo de la información:

1. Contenidos informativos
2. Recursos audiovisuales y multimedia
3. Hipertextualidad
4. Área de participación de lectores
5. Producción en servicios Web 2.0
6. Personalización y acceso a la información:
 - i. Adaptación de los contenidos a las demandas / necesidades de los lectores
 - ii. Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos
7. Servicios
8. Información Institucional

Los resultados de este análisis cualitativo permiten definir las características propias del medio de comunicación y específicamente la aplicación de herramientas Web 2.0; hecho

que es el foco principal de la presente Tesis de grado. En la que se busca revisar la capacidad del medio ante el periodismo participativo, la posibilidad de la comunicación móvil, plataformas, hipertextualidad y multimedialidad, así como la Inmediatez de la información. La conformación de salas de redacción en los medios digitales, el desarrollo de los géneros ciberperiodísticos y la accesibilidad de los contenidos.

La entrevista

Es un género periodístico de opinión por excelencia. En la que el entrevistador tiene la oportunidad de cuestionar y analizar datos; directamente de otras fuentes, ya sean primarias o secundarias.

Esta era digital trae consigo cientos de modelos de entrevistas online sobre todo tipo de información. Como ejemplo se puede mencionar la que presenta Ecuadoraudio a José Ignacio López Vigil; radialista cubano de gran trayectoria y escritor del “Manual Urgente para radialistas apasionados”. Que sin dudar es un libro dinámico y hasta divertido. Pero sin salirse del tema; bien lo expresa en su libro hablando acerca de la entrevista y sus múltiples posibilidades informativas así:

¿A quiénes vamos a entrevistar en nuestra emisora? A todos. A todas. A los de arriba y a los de abajo. A los nacionales y a los extranjeros. A los de la derecha y a los de la izquierda y de centro (si es que existe esta tercera especie) A viejos, jóvenes y niños. A especialistas y aficionados. A presidentes, presididos y presidiarios, como canta Facundo Cabral. A cuerdos y a locos, a medio cuerdos y medio locos, que viene siendo lo mismo. ¿No consiste en eso la libertad de expresión, la posibilidad de hablar en público, aún a riesgo de equivocarse? ¹

Se procede entonces a este recurso investigativo para la recopilación de información acerca de Radio Quito y Ecuador Audio. Siguiendo la guía de modelo de entrevista proporcionada en el Anexo 1 del Programa de Investigación para egresados de la UTPL ² se realiza la siguiente entrevista:

¹ LÓPEZ VIGIL, José, *Manual urgente para radialistas apasionados*. Artes Gráficas SILVA. 2000, pag. 288

² MIER, Catalina, Coronel Gabriela, Rivera Diana, *Programa de Investigación para egresados*, Ed. UTPL, mayo-2009. Loja Ecuador. Anexo 1.pág. 43

Medios Tradicionales y digitales

- Señale las diferencias de los contenidos del diario digital en relación al medio tradicional.
- Cuál es el criterio de selección de la información para la página Web del medio

Interactividad, multimedialidad, hipertextualidad.

- El nuevo medio es un producto interactivo y multimedia, que va integrando todos los recursos: el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación, el video y el sonido ¿qué recursos cree usted que se presentan más en su medio?
- ¿Su medio ha podido determinar cuál es la preferencia del lector? ¿ qué parámetros utilizan y pueden servir para determinar el perfil exacto de los consumidores de información?
- ¿Cuenta con un manual de estilo para periodistas digitales?
- Las noticias que se editan en su publicación cuenta con normas enfocadas a la redacción digital?
- ¿Cada qué tiempo se actualiza la información?

Géneros Periodísticos

- Los géneros periodísticos son estructurados en la Web de la misma forma como se los hace para medios tradicionales?
- ¿Cuáles son los géneros periodísticos utilizados para la Web?
- ¿Qué parámetros se consideran para redactar una noticia para la Web?

Salas de redacción

- ¿Existe una integración de las salas de redacción tradicionales y online?
- ¿Cuál es la mayor ventaja de la integración / no integración de sus salas de redacción tradicionales y online?
- ¿Cómo ha cambiado el flujo de trabajo en su sala de redacción con el uso de las NTICS's (fuentes, investigación de temas, inmediatez de la información, multimedialidad, etc)?
- ¿El personal ha recibido capacitación sobre comunicación digital?

Plataformas

- ¿Cuáles son las plataformas que conocen y cuáles están utilizando y les han dado mejor resultado?
- ¿Qué servicios ofrece a través del sitio Web del medio?
- ¿Cómo ofrece la información el sitio Web de su medio?

-Audio

-Video

-Boletines electrónicos

-Galerías

-Texto e imágenes

- ¿ha creado cuentas de usuario en los servicios?

-Youtube

-Flickr

-Hi5

-Facebook

-Twitter

-Cover it Live

-En ninguno

-Otros

- ¿Los periodistas de su medio poseen cuentas de usuario individuales para coberturas, en que servicios?

Youtube

-Flickr

-Hi5

-Facebook

-Twitter

-Cover it Live

-En ninguno

-Otros

- Utiliza el teléfono celular como medio de interacción con la audiencia?
- Utiliza Chat como medio de interacción con la audiencia?
- ¿Cuál es el número de usuarios que visitan su sitio Web?
- ¿Realiza publicidad de sus servicios a través de Internet? Y si lo hace de qué forma?

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

Periodismo Participativo

- Existe participación ciudadana en el medio?
- ¿Cómo se evidencia la participación en el medio?
 - ¿Qué herramientas denotan la participación?
 - A parte de cartas al editor, qué otras herramientas se usan?
 - ¿Las herramientas 2.0 son utilizadas para recibir las opiniones, comentarios de los ciudadanos?
 - ¿En qué medida son tomadas en cuenta las ideas, opiniones, sugerencias del público?
 - ¿Los blogs, bitácoras contribuyen como fuente informativa?
 - ¿Qué elementos se incluyen para propiciar la participación de los usuarios?

CAPITULO III Análisis de datos y resultados

Se continúa con el análisis de contenido a los dos medios de comunicación, haciendo uso de las Tablas cualitativas para analizar su contenido dentro de la semana compuesta.

La Tendencia de Ecuadoraudio como nos queda claro es educativo – cultural, cada una de sus secciones y la información dentro de ella es desarrollada de forma animada y educativa, busca transmitir y presentar cada tema de manera agradable y sencilla. Teniendo tan bien delimitados sus parámetros, este medio de comunicación no cuenta con información de noticia propiamente dicha.

Radio Quito por otra parte estando relegada a ser simplemente una parte dentro de un todo en la página de El Comercio, no contiene ningún dato, noticia ni servicio adicional para sus usuarios más que la parrilla de programación y la posibilidad de contactarse con el medio.

3.1 Análisis cualitativo de Ecuadoraudio y Radio Quito

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Contenidos Informativos.	Este medio digital no contiene información noticiosa; en cuanto a “noticia” propiamente dicha. Es más de tipo reportaje cultural, por lo que no dispone de espacios fijos de seguimiento ni coberturas móviles. Pero si dedica una parte a una temática especializada. Todos sus enlaces son de acceso libre y gratuito para el usuario.	Todas las noticias cuyos titulares presenta Radio Quito pertenecen a Diario El Comercio en versión digital, ninguna corresponde propiamente a la Radio.

Ecuadoraudio no posee noticias en ninguna de sus secciones. Mientras que la página de Radio Quito únicamente dispone de una parrilla de programación para su radio. Al margen se muestran titulares para noticias los cuales funcionan como link para El Comercio.com, pero son propiamente del Diario, más no de Radio Quito; tal como lo indica Karla Sánchez Webmaster del departamento de Tecnología de Diario El Comercio y encargada de la página de Radio Quito.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Recursos Audiovisuales y Multimedia	En cuanto a los recursos audiovisuales y multimedia casi todo el sitio funciona como una audio-galería, ya que cada tema dispone de un audio on demand, al cual se debe acceder para conocer su contenido, siempre acompañado de imágenes o caricaturas. Con excepción de los foros, la presentación y los reportajes ecuatorianos, las mismas que se encuentran acompañadas de fotografías y texto. Todo contenido de libre acceso al saurio.	No dispone de recursos visuales en cuanto a imágenes se refiere, solamente el logo de la radio. Pero si es posible conectarse a la emisora en vivo por un link.

Ecuadoraudio dispone de mayores aplicaciones de Recursos Audiovisuales y Multimedia comparado con la página de Radio Quito. Mientras que el primer medio funciona a manera de audio galería, con imágenes adecuadas a cada tema, Radio Quito en cuanto a imágenes solo dispone de su mismo logo y un link para escuchar la radio on streaming.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Hipertextualidad (hipervínculos)	Ecuadoraudio no presenta hipervínculos de ninguna clase.	Los titulares de noticia se presentan como hipervínculos de noticias de El Comercio.com

En lo referente a hipertextualidad Ecuadoraudio no dispone de ninguno en su totalidad, Radio Quito por otro lado presenta los titulares del diario por medio de hipervínculos externos.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Área de Participación de lectores.	Se presenta a si misma brindando la oportunidad a sus usuarios de aportar con información en texto, imágenes y sonido. Dispone de foros, comentarios y entrevistas y la posibilidad inmediata de contactarse con el medio.	Ninguna. Solamente es posible contactarse con el medio.

Ecuodaudio permite la participación del usuario mientras que Radio Quito no dispone de ninguna información al respecto, solamente es posible contactarse con el medio vía mail o telefónicamente.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Producción en Servicios Web 2.0.	No hace uso ni referencia a blogs de ninguna clase como de periodistas o Microblogging, no dispone de presencia en Twitter, ni acceso a Redes sociales.	Ninguna.

Ninguno de los dos medios disponen de accesibilidad a blogs o a redes sociales de ningún tipo.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Personalización y acceso a la información.	Tiene un mapa del sitio por medio de pestañas de acceso directo, y la información publicada puede ser impresa a gusto o necesidad del usuario, así como el audio on demand se lo puede descargar de forma fácil y gratuita. Pero no dispone de acceso a redes sociales, ni a un buscador o una hemeroteca, posiblemente por el mismo hecho de ser una página nueva con secciones fijas y libres de noticias, no parece ser necesario	Dispone de ventanas de “última hora” para los titulares de noticias internacionales y un recuadro para titulares de noticia nacional. Además de una parrilla de programación de la radio.

Ecuadoraudio dispone de mejores servicios en cuanto al acceso de la información, se puede descargar audios on demand de manera fácil y directa, de cualquiera de sus segmentos dentro de Recopilación de audios. Mientras que Radio Quito en sí mismo solo presenta la parrilla de programación. Ambos medios carecen de acceso a buscadores, hemeroteca, redes sociales, y de adaptación de contenidos a la demanda del usuario, tampoco ranking de noticias ni suscripciones.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Servicios	Como servicios comerciales únicamente cuenta con la posibilidad de publicitar en la página Web. No dispone de pronóstico metereológico, programaciones de medios tradicionales, carteleras ni directorios. No existen archivos de música ni video exclusivamente, pero sí dispone de una sección de cuentos infantiles y fábulas acompañadas de audio y animaciones.	Contiene la programación de la radio. Tiene la posibilidad de publicitar, y aún así son publicidad de El Comercio, según Susana Morán Coordinadora del Departamento de Tecnología de el Comercio. No dispone de otro servicio. A más del poderse conectar o contactar con el medio.

Ecuador audio tiene secciones para distracción como relatos, fábulas y cuentos; Radio cuenta con la única posibilidad de conectarse a su emisora.

	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
Información institucional	Dispone de carta de presentación, la oportunidad de formar parte del medio convirtiéndose en miembro, indica acerca de los contenidos, y su página principal o portada contiene el mapa del sitio por medio de una barra horizontal con pestañas de acceso a los distintos segmentos.	No posee ninguna información institucional.

Ecuadoraudio si dispone de Información Institucional mientras que Radio Quito no lo tiene dentro de su página.

Periodismo Participativo

En una aldea globalizada como la que nos encontramos actualmente el usuario busca ser un ente activo en la producción, selección y edición de la información dentro del mundo digital.

Se ofrecen día a día múltiples servicios y se desarrollan posibilidades para que el ciudadano común pueda aportar a la información en la Web. Desde la trivialidad de cualquier dato informativo como la última mascarilla rejuvenecedora, a la noticia de farándula y la muerte de Patrick Swayze, que llenaron de información a miles de blogs y cientos de micrositos saturando la Web con datos desde sus inicios en el baile, el cine y la música hasta sus últimos días de vida, encontramos El Muro virtual con el Berlín Twitterwall, en el que los usuarios pueden escribir de sus experiencias acaecidas con la construcción del muro de Berlín, hasta su caída hace ya 20 años. Permitiendo al mundo entero ser parte de esta nueva forma de periodismo participativo, donde ciertos países aún limitan la libertad de comunicación y el acceso a la información como es el caso de China, quien bloqueó esta página luego de que más de 2000 chinos la usaran para protestar.

Es este periodismo participativo el mismo que permite al cibernauta escoger la noticia que quiere leer, y escribir sobre lo que le interesa únicamente si así lo desea. En el caso de Ecuadoraudio, este invita a sus usuarios a participar activamente de la producción de información para esta página con audio, texto e imágenes. Un 12.5 % pertenecen a fuentes externas, el resto es información propia del medio. Esta posibilidad también se brinda con el libre acceso al área de foros, donde uno puede iniciar un nuevo o comentar acerca de uno ya existente. Al momento el aporte por parte de los usuarios directamente ha sido bastante limitado, cuenta únicamente con dos foros. Permite la posibilidad de contactarse con el medio por cualquier inquietud o para subir información si así lo desea, las ideas pueden ser aceptadas si concuerdan con los parámetros y el estilo del medio digital.

Radio Quito lamentablemente no dispone de ningún servicio propio en cuanto a periodismo participativo. Al encontrarse su página dentro de otro medio de comunicación, esta se encuentra totalmente limitada en todo aspecto hacia el usuario, quien únicamente puede comunicarse con el medio ya sea por línea telefónica o vía mail, nada más. Cabe recalcar que incluso para enviar un mail, el ordenador debe poseer ciertas características necesarias en su configuración lo que dificulta en ciertos casos esta posibilidad.

Comunicación móvil

Las oportunidades que brinda el teléfono celular hoy en día son innumerables, cualquier ciudadano puede reportar la noticia desde el sitio mismo del acontecimiento si por ahí se encuentra. La facilidad e inmediatez que brinda esta forma de comunicación rompe las fronteras del tiempo en la transmisión de la noticia. Un hecho acaecido puede en cuestión de minutos estar dentro de cualquier red social o medio digital, incluso con imágenes, texto o sonido, transmitido a través de un teléfono celular sin necesidad de que este corresponda a la última generación telefónica. Fue el caso de la BBC un poco de tiempo antes de la guerra con Irak, queriendo cubrir las marchas realizadas alrededor del mundo en contra de la guerra y la violencia, sabía que no alcanzaría a cubrir mayoritariamente la evolución de estas protestas, decidió solicitar a sus lectores que envíen imágenes por medio de sus teléfonos. Luego de una selección, las mejores imágenes fueron publicadas.

Las capacidades de conexión a Internet y el acceso de redes sociales son las primeras funciones que se publicitan en los nuevos teléfonos celulares constantemente, y es este el factor primordial entre los jóvenes junto con la mensajería al momento de seleccionar su equipo. Pero así como ni Ecuadoradio tampoco Radio Quito dispone de esta sencilla posibilidad de comunicar y ser parte del medio activamente. Forma en la cual podrían expandir sus fronteras y crecer junto a los “nativos digitales”; quienes dejaron de pedir aviones y juegos de té a Papá Noel hace ya unas dos décadas, ahora quieren una *Laptop* un *blackberry* o el último *Nokia*. Por que se evidencia que junto a ellos las páginas, su contenido y la Web crecen y se expanden.

Plataformas

Las Plataformas son un sistema de hardware y software que permiten crear páginas Web y a la vez administrar la información. Un ejemplo de plataforma puede ser la de blogspot donde uno puede crear su propio blog y a la vez administrar la información que se presenta en este a gusto de cada uno. Existen varias clases de plataformas Web entre las que tenemos las comerciales, de software libre y de desarrollo propio. Las comerciales son aquellas que por acceder como soporte de información tienen un costo de servicio. Los de software libre están disponibles para que los usuarios que la necesiten la puedan utilizar, como por ejemplo este pasado mes de Julio en Colombia, Google puso a la disposición del usuario Google App Engine, la misma que permite a los desarrolladores de tecnología Web utilizar la infraestructura de esta multinacional para crear las aplicaciones que requieran.

La página de Radio Quito como se indica al pertenecer a otro medio no dispone de mayor características que puedan ser analizadas tecnológicamente ni siquiera informativamente. Incluso al pertenecer su página a una sección dentro de otro medio, no dispone de tecnología propia, y la utilizada como soporte pertenece al trabajo tecnológico de Diario El Comercio, por lo que excede la limitación del tema en el presente informe.

A la vez Ecuadoraudio no cuenta con integración a plataformas ajenas, ni redes sociales de ningún tipo al igual que Radio Quito no lo hace directamente en su página tampoco. Por lo que no se tiene acceso a blogs o bitácoras, Hi 5, micrositos, myspace o ninguna otra en general.

3.2 Análisis cuantitativo de los Medios de Comunicación

Ecuadoraudio

Durante las siete semanas de investigación y análisis, Ecuadoraudio no presenta ningún cambio en su portada ni en ninguna otra sección de su página en general. La causa principal es la ausencia de noticias informativas. Por lo que casi todas sus secciones cuentan con notas tipo reportaje, algo de entrevista y foros.

Este sitio presenta su contenido aprovechando las herramientas Web 2.0 con las que nació en esta era tecnológica. Acompañada de imagen y sonido, presenta sus narraciones a los usuarios sin necesidad de registro previo ni pago alguno.

Por lo que se procede a realizar un análisis completo de todo el sitio en general. Quedando así la tabla cuantitativa para toda la página de Ecuadoraudio.

Dispone de un total de 24 artículos en su sitio Web, distribuido de la siguiente manera:

- **FOROS**

Es un área que fomenta la participación del usuario en temas de discusión o análisis. La sección de foros es de libre acceso al igual que el resto del contenido de la página, al momento se encuentran dos foros en discusión; uno presentado por Santiago Buitrón y otro por Maya Franco. Aquí es posible ingresar un nuevo tema si así se lo desea o a la vez comentar sobre uno ya existente.

- **RECOPIACIÓN DE AUDIO**

Es una sección en la que se descarga audio on demand de manera fácil y sencilla, esta acompañada de imágenes en forma de caricatura.

Esta sección está dividida en varios segmentos como la **Presentación**; en la que constan dos entradas en forma de texto: La Presentación a Ecuador audio y una carta de Bienvenidos al Ecuador.

Se encuentra también el segmento de **Entrevistas**, donde podemos descargar el audio de las dos entrevistas realizadas, una al Ingeniero Danilo Bilbao y otra a Ignacio López Vigil.

Se dedica un segmento para cuatro **Relatos tradicionales**, como lo son Yavirac, Etsa, Guayaquil e Islas Encantadas.

Otro segmento son los **Relatos infantiles** con cuatro cuentos: Peyol, el gato perro; Gatito, Gatito; Los celos de Taita Chimborazo y finalmente Lobo y Conejo, estas tres últimas producciones son realizadas por los niños, niñas y adolescentes comunicadores de Jatun Pamba en Guamote.

Encontramos también un espacio para la **Actualidad** con un solo tema con el título: ¿Qué es la Identidad?

Además de un segmento para concienciar y educar con el nombre de **Seamos mejores**, en la que consta el audio de: “Don Maluquín” la fábula de un transportista urbano.

- **GALERÍA ECUATORIANA**

Esta sección se dedica a la belleza del Ecuador. Información en forma de texto y acompañada de fotografías a color en cada segmento encontramos **Paisajes**, donde podemos leer sobre Pastaza y Cajas.

Otro segmento se dedica a la **Naturaleza Fauna**, de la misma manera información acompaña las fotografías de Rama de Metal (un monito) y Sapo en la mano.

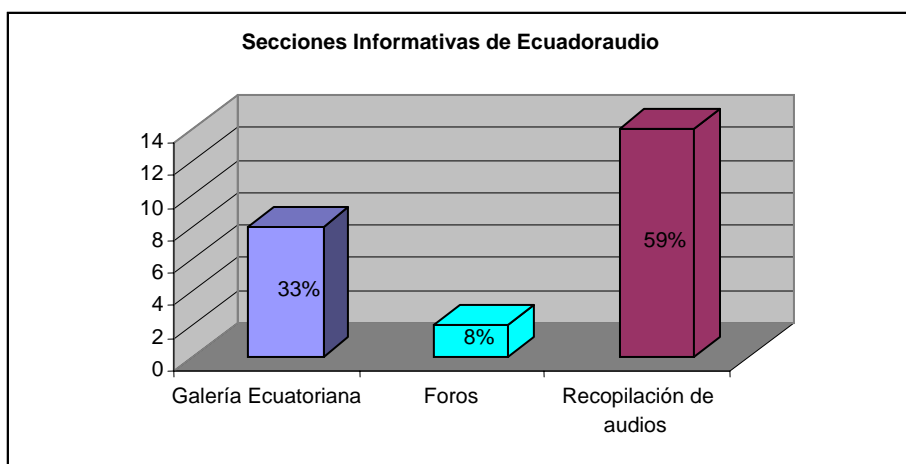
Un espacio para **Naturaleza flora** también se dispone dentro de Galería Ecuatoriana, encontramos dos artículos sobre flores uno es Blanca y otro Bromelia

Como último segmento dentro de esta sección se encuentra uno dedicado a las **Personas**, el primero con el nombre de Camino y el segundo a los Achuar de nuestra Amazonía Ecuatoriana.

Por el tipo de información con la que dispone este medio, se hace imprescindible dirigir la atención a la referencia que hace la Doctora María Luján González en su libro de Educomunicación, Sobre Martín Barbero que dice así:

*“Comunicar ha sido y seguirá siendo algo mucho más difícil y largo que informar, pues es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros en un doble sentido: les reconozcan el derecho a vivir y a pensar diferentemente, y se reconozcan a sí mismos en esa diferencia, es decir, estén dispuestos a luchar en todo momento por la defensa de los derechos de los otros, ya que es en esos mismos derechos que están contenidos los propios”.*¹

Secciones informativas de Ecuador audio



A Continuación se muestra un gráfico porcentual, correspondiente a la distribución de las distintas secciones de información con las que cuenta Ecuador audio. Con

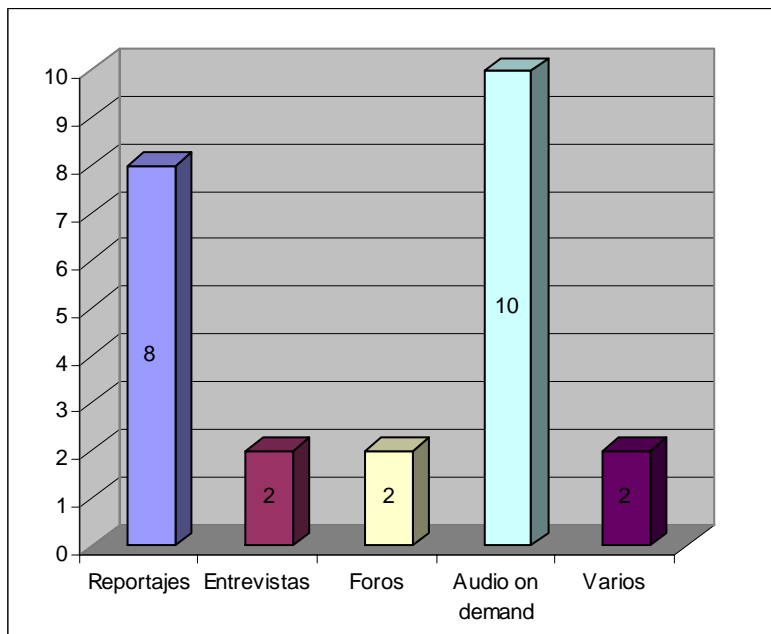
una totalidad de 24 artículos repartidos en sus distintas secciones durante la semana compuesta sin cambio alguno en su página; se toma como muestra de investigación, la misma cantidad, al momento de realizar el gráfico. Nos da como resultado un 33% corresponde a la sección de Galería Ecuatoriana, un 8% a la sección de foros, correspondiente a dos foros actualmente en la página y un restante 59% a la sección de

Recopilación de audios, donde se encuentran temas como Fábulas, cuentos infantiles Leyendas y cuentos tradicionales.

Fuentes

Ecuador audio promueve la participación del usuario al permitirle subir texto, imágenes y fotografías. En lo cuanto a la sección de “Galería Ecuatoriana”, sus reportajes y fotografías son propios del medio. Mientras que en “Recopilación de audios”, existen leyendas y cuentos del saber popular; así como el aporte de tres cuentos por parte de los niños, niñas y adolescentes comunicadores de Jatun Pamba – Guamote.

Cibergéneros



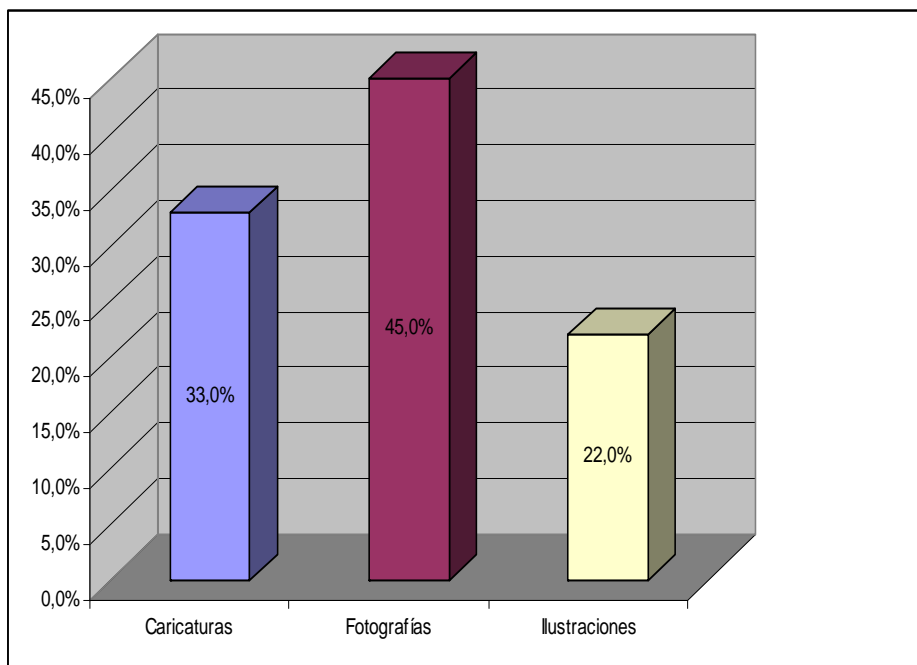
Tras este análisis se diferencia claramente la tendencia del medio, la cual predomina con artículos y reportajes educativos-culturales. Buscan promover la tradición, fomentar el conocimiento y el buen vivir de los ciudadanos, en este caso de los usuarios que visitan su página. Dedicar todas sus secciones a promover una comunicación sencilla y entretenida libre de preocupaciones a sus usuarios.

A diferencia de otros medios cuya actividad principal es la publicación y el seguimiento de noticias; Ecuador audio no proporciona ni un solo espacio para este fin.

El siguiente gráfico indica la distribución de los cibergéneros a través del sitio Web. Clasificada la información en cinco categorías: con un 33.3% se dedica al reportaje; 16.66% a Entrevistas y foros, mientras que el 41.66 % son para descargas específicas de audio on demand, como cuentos, fábulas o leyenda. En cuanto a varios, este agrupa las cartas de presentación y dispone de un 8.33 % del espacio en el sitio actualmente

¹ GONZÁLEZ, María Luján, *Educomunicación, texto-guía*, Ed. UTPL; Loja-2007, pág.63

Imagen



El gráfico al costado derecho indica la utilización de recursos audiovisuales a través de sus secciones y artículos.

Ecuadoraudio utiliza las nuevas tecnologías de la Comunicación como lo son los recursos visuales,

haciendo de su información algo más atractiva y vistosa al momento de visitar su página.

Todas sus secciones con excepción del Área de foros, se encuentran acompañadas de imágenes. Como lo podemos observar, las fotografías ocupan un mayor porcentaje dentro de los recursos visuales, alcanzando hasta un 45% del total, seguido por caricaturas de cuentos, leyendas y fábulas con un 33% y finalmente Ilustraciones varias con un 22 %.

Fotografías a color acompañan cada segmento. Dentro de la sección de *Galería Ecuatoriana* por ejemplo se muestra esta perteneciente a un guerrero Achuar en la Amazonía Ecuatoriana. Tomada por el propio productor general del medio, Santiago Buitrón.



La fotografía se publica dentro del segmento *Personas* en la sección de *Galería Ecuatoriana*. Este reportaje lleva el mismo nombre de nuestra comunidad Amazónica: "Achuar". Toda la información dentro de *Recopilación de audios*, dispone de imágenes en caricatura o ilustraciones de los caracteres principales de los cuentos y fábulas por ejemplo.

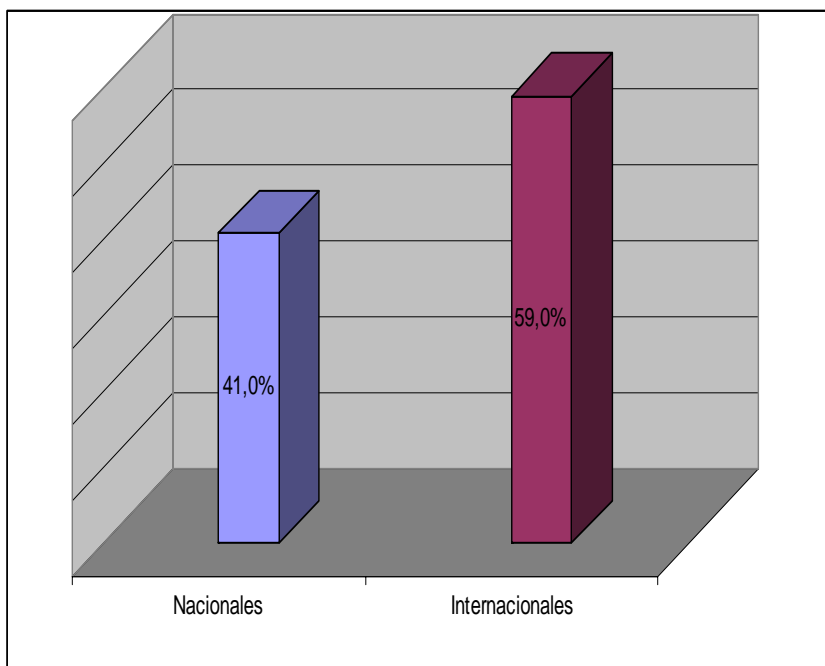
Toda la información dentro de *Recopilación de audios*, dispone de imágenes en caricatura o ilustraciones de los caracteres principales de los cuentos y fábulas por ejemplo.



Esta corresponde a *Don Maluquín*, la fábula de un transportista urbano y sus cotidianidades como lo señala Ecuadoraudio.

Como se puede apreciar a breves rasgos en modo de reseña; este medio dispone de imágenes coloridas; con movimiento, libre de estática, animando cada audio on demand o cada texto.

Radio Quito Online



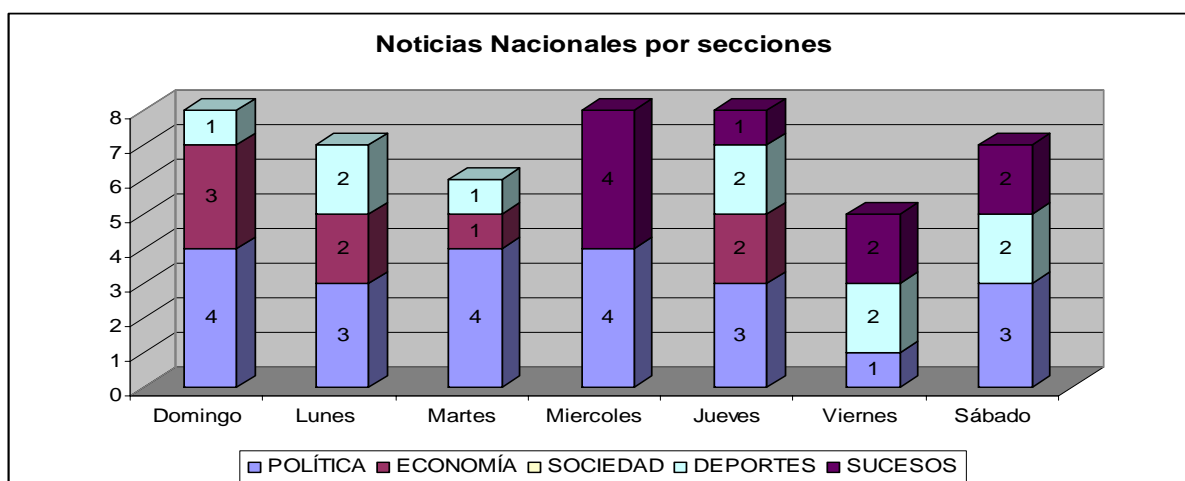
Durante la semana compuesta Radio Quito presentó un total de 117 titulares entre nacionales e internacionales. Las mismas que se distribuyen según lo muestra el gráfico en una proporción de 59% las internacionales y un 41% las nacionales. Como se observa se le concede mayor espacio a la información Internacional

en todos los casos y días analizados. A continuación se realiza un detalle sobre la información obtenida en el análisis de la semana compuesta.

Secciones informativas nacionales.

La página de Radio Quito, es bastante limitada en la red en cuanto al uso y aplicación de herramientas Web 2.0. Además de presentar hipervínculos noticiosos únicamente de la página de El Comercio.com no dispone de ninguna otra herramienta para ser utilizada por el usuario.

Cabe destacar la gran diferencia entre la misma página del Diario y la de Radio Quito, cuya única función es presentar la parrilla de programación de su medio tradicional.

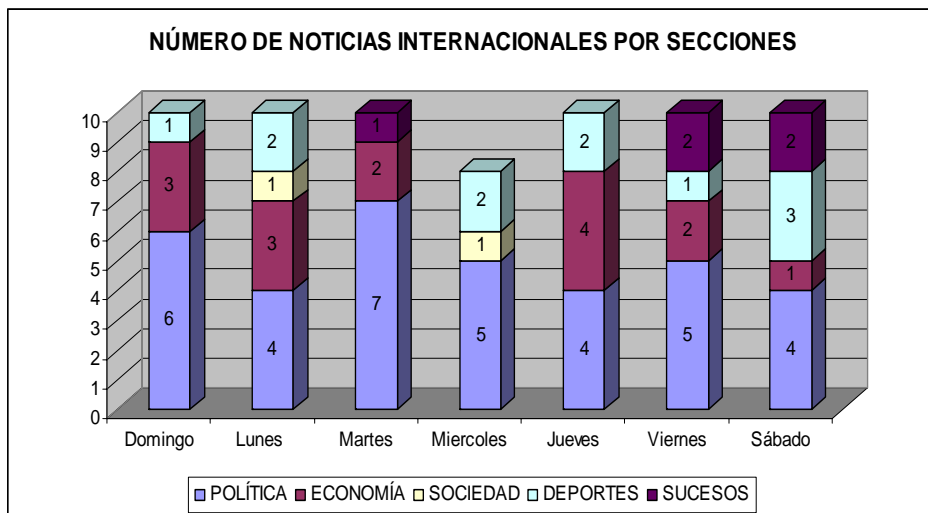


El gráfico muestra cada una de las secciones presentes durante el tiempo de investigación. Así como también el número de noticias correspondientes a cada sección, durante cada día de la semana.

Por otro lado el número de noticias sobre política supera en todos los casos al resto de información. En segundo lugar se encuentran las noticias deportivas, posteriormente luego sucesos y economía. Es interesante observar la diferencia presente entre titulares de política y temas económicos, que de cierta manera van ligados el uno al otro.

Secciones informativas internacionales.

El promedio diario de noticias internacionales es de 10 al día, las cuales se encuentran distribuidas en distintas secciones como lo muestra el gráfico al costado derecho. Siendo las más publicadas las relacionadas con política internacional y las

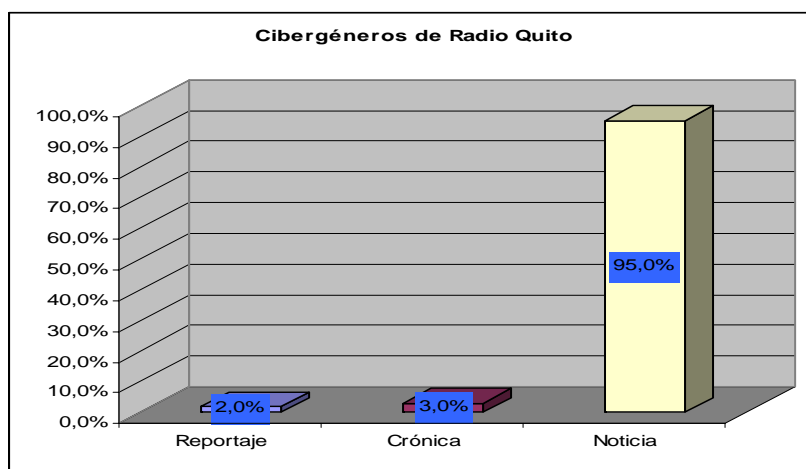


económicas; que demuestran situaciones actuales en otras regiones o países. Deportes, suceso y sociedad ocupan un menor porcentaje informativo.

Fuentes

Como se indicó anteriormente, las noticias presentes en Radio Quito pertenecen a Diario El Comercio en su totalidad, a manera de hipervínculos enlazados a su página principal (el Diario).

Cibergéneros



Por disponer de hipervínculos para noticias del diario exclusivamente, y ninguna propia a su página, se toma como muestra la única información presente, para el análisis de contenido.

Dispone de un 95% correspondiente al género de noticias; el otro 5% se distribuye en 2% para el género de reportajes y el 3% para la Crónica.

Imagen

Además del logo presente en su página, Radio Quito no dispone de ninguna otra imagen en su totalidad. Solamente las imágenes en publicidad, las cuáles también pertenecen al Comercio más no a Radio Quito exclusivamente, por lo que se evidencia claramente la aplicación de herramientas Web al momento de construir el sitio.

3.3 Comparación cuantitativa de Ecuadoraudio y Radio Quito

A continuación se presenta un recuadro comparativo dentro de los distintos parámetros de la Tabla cuantitativa. Con el objetivo de precisar de manera clara la diferencia entre los dos sitios.

TEMAS	ECUADORAUDIO	RADIO QUITO
SECCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Recopilación de audios• Galería Ecuatoriana• Foros.	<ul style="list-style-type: none">• Política• Economía• Deportes• Sociedad• Sucesos
FUENTES	<ul style="list-style-type: none">• Directas• Privadas	<ul style="list-style-type: none">• Sindicación de noticias
CIBERGÉNEROS	<ul style="list-style-type: none">• Reportaje• Entrevista• Foro• Varios	<ul style="list-style-type: none">• Noticia• Reportaje• Crónica
IMÁGEN	<ul style="list-style-type: none">• Fotografías• animaciones• caricaturas• Logo institucional.	<ul style="list-style-type: none">• Ninguna (solo el logo)

Como se puede observar; Ecuadoraudio se desarrolla como un Medio Nativo, con secciones específicas de audio, con uso y aplicación de herramientas Web 2.0; mientras que Radio Quito (online) no dispone sino de muy limitadas herramientas dentro de la

tecnológica de la información. Limitando su contenido y posibilidades al usuario con secciones y temática propia de un medio tradicional.

Conclusiones

Aunque esta nueva era tecnológica presenta un cambio de estructura y forma al momento de transmitir la información; requiere primordialmente de un cambio en la actitud mental por parte del periodista y del medio de comunicación. Aceptar que aparte de un gran desarrollo tecnológico en este siglo se presenta además una revolución mental en la que el resto de personas quieren ser parte de un periodismo participativo, ágil, inmediato y multimediativo. En la que los cibernautas buscan ser miembros activos de esta red de información y nueva vía de comunicación.

Es importante que los medios en el Ecuador abran paso a esta nueva era; pero desde un enfoque no simplemente modernista, en la que se crean sitios on line para mantener una estructura tradicional y estática. Sino más bien real, en el que se apliquen las capacidades técnicas de las cuales se dispone hoy en día, como lo son las herramientas Web 2.0; donde los usuarios puedan participar activamente y sea él quien le de la importancia, el uso y el valor a la información; más ya no solamente el medio.

Luego de determinar la labor que realizan Ecuadoraudio y Radio Quito en la red con herramientas Web 2.0, destaca como conclusión primordial que si bien por un lado Ecuadoraudio como un medio nuevo en la Web; está provista de recursos audiovisuales como imágenes y audio on demand; Radio Quito carece casi en su totalidad de ellos al disponer solo la posibilidad de conectarse al audio on streaming, y ningún otro servicio para el usuario además de una parrilla de programación, manteniendo su página solamente como un link dentro del medio al que pertenece.

Habiéndose desarrollado tanto las tecnologías de la comunicación ambos medios carecen de suficientes recursos al servicio del usuario. Sin embargo, en un mundo en el que se requiere rescatar tradiciones y alimentar la cultura y el saber de los pueblos de una forma sana, Ecuadoraudio empieza a marcar una trayectoria. Radio Quito tiene un trabajo completo por delante para desarrollar. La era digital trae un nuevo mundo de redes sociales y posibilidades comunicativas del cual ambos medios carecen, mientras que los cibernautas sienten su limitación al momento de visitar sus páginas, se marca una impresión en el usuario.

Las características de la comunicación digital como la hipertextualidad y salas de redacción en Ecuadoraudio aún se encuentran en sus primeras etapas de desarrollo, falta un camino extenso por seguir. Carece de hipertextualidad al 100%, comunicación móvil y falta de integración con salas de redacción de otros medios para ampliar su contenido. Mientras que Radio Quito además de su programación no contiene ninguna información o contenido propio; solo trabaja con sindicación de titulares de noticia de un solo Diario, no dispone de información propia y no desarrolla su página como una versión moderna en un mundo digital.

La accesibilidad a la página de Ecuadoraudio es realmente fácil. En cambio a la de Radio Quito no es igual, toma más tiempo de descarga por ser solamente un link de otra página en la que uno ingresa a dos secciones antes de lograr observar su contenido. Primero se accede a la página de Diario El Comercio; luego se selecciona Radios, posteriormente se escoge Radio Quito y finalmente se despliega su contenido. Esto quiere decir como sucedió en una ocasión, si la página del Diario se encuentra en mantenimiento entonces no se puede ingresar al contenido de la Radio tampoco.

Entre los objetivos específicos se detalla el “*constituir un estado de arte del tratamiento de la información*” según lo indica la Licenciada Catalina Mier”. En su aún limitado contenido Ecuadoraudio genera segmentos ricos en recursos audio visuales. Mientras que Radio Quito a pesar de pertenecer a un medio activo con presencia reconocida en la Web y aplicación total de herramientas Web 2.0; siendo las mismas personas que administran ambos medios, a este se lo ha rezagado como solamente una parte dentro de un todo.

Recomendaciones

Si bien Ecuadoraudio permite al usuario subir información en texto, imágenes y audio; es preciso difundir la existencia de su página dentro de otros medios de comunicación tradicionales, para que se lo conozca más ampliamente.

Por la visión que educativa que acompaña a Ecuadoraudio, se debe promover la visita a la página por parte de estudiantes de planteles primarios y secundarios, enriquecerse de su contenido e incluso realizar tareas a base de ellas.

Radio Quito como medio tradicional con 69 años de experiencia al aire, requiere de la construcción de una página propia con contenido propio y apoyado de sindicación de noticias y otras características de la comunicación digital.

Se debe promover la participación de los usuarios, al disponer de redes sociales que permiten crecer a la página con visitas e información que puede ser subida a otros sitios en la Red. Como parte de un periodismo participativo; donde su información es conocida aún fuera de su página. Permitiéndose llegar a un mayor número de usuarios y extender sus aún limitados horizontes existentes entre mantenerse como medio tradicional y saltar a la Era digital como en el caso de Radio Quito.

La actualización y variedad de contenidos en las páginas, son un requisito indispensable para mantener activo el interés de los usuarios al momento de visitar sus páginas, por lo que se debería revisar su información y actualizarla cada cierto tiempo. Esto además de promover visitas al sitio, asegura un mejor éxito publicitario, lo que repercute en los recursos del mismo medio.

Bibliografía

AGUILERA, Fausto, *Manual gráfico de Espistemología y diseño de Tesis*; Talleres de la Facultad de Ciencias Administrativas-Universidad Central del Ecuador.

CRESPI, Irving, *El proceso de opinión pública-como habla la gente*;Ed. Ariel 2000.

ENEISO, Liliana, *Toolbook informático, soluciones inmediatas*; UTPL, Loja- Ecuador.

GARCÍA, Fajardo, *Comunicación de masas y Pensamiento político*, Ediciones Pirámide 003.

GARGUREVICH, Juan, *Géneros Periodísticos*; Ed. CIESPAL, Quito- Ecuador 2000

GONZÁLEZ, María Luján, *Educomunicación, texto-guía*, Ed. UTPL; Loja-2007.

GRUNDMANN, Gesa, Stahl Joachim, *Como la sal en la sopa*; Ed. Abya Yala, Quito- Ecuador 2000.

LÓPEZ, Vigil Ignacio, *Manual Urgente para radialistas apasionados*; Ed. Artes Gráficas Silva, Quito-Ecuador 1997.

MIER, Catalina, Coronel Gabriela, Rivera Diana, *Programa de Investigación para egresados*, Ed. UTPL, mayo-2009. Loja Ecuador. Anexo 1.pág, 43

NIETO, Alfonso, *La Empresa Informativa*; Ed. Ariel, Barcelona-España, 2000

TOUSSAINT, Florence, *Crítica de la Información de masas*; Ed. Trillas, Mexico 2001

Referencia en Internet

<http://www.baquia.com/noticia/relacionada/1833/1/-la-diferencia-entre-blogs-y-medios-tradicionales/>

<http://www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=11841&sec=iworld>

<http://www.gruporial.com/jovepress/articulosview.asp?key=45>

http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

<http://periodismodelmar.blogspot.com/2007/05/historia-de-medios-digitales.html>

<http://notidigitales.blogspot.com/>

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/papel-y-web-un-solo-periodico-329291.html>

<http://www.medioslatinos.com/modules/news/article.php?storyid=2126>

<http://html.rincondelvago.com/historia-de-los-medios-de-comunicacion.html>

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/telecomunicaciones-convergencia-digital-225857-225857.htm>

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/telecomunicaciones-convergencia-digital-225857-225857.html>

<http://periodismodelmar.blogspot.com/2007/05/historia-de-medios-digitales.html>

<http://iabogado.com/esp/guialegal/guialegal.cfm?IDCAPITULO=18060000>

http://www.lavozdegalicia.com/sociedad/2009/03/08/0003_7576373.htm

<http://www.igooh.com/notas/las-redacciones-integradas-y-la-integracion-de-este-concepto/>

<http://www.ecuadoraudio.com>

<http://www.elcomercio.com>

<http://www.coberturadigital.com/2009/02/26/ciudadania-informada-prepara-1er-encuentro-de-medios-on-line-ecuador/>

<http://www.blogsperu.com/blog.asp?b=544>

<http://www.baquia.com/noticia/relacionada/1833/1/-la-diferencia-entre-blogs-y-medios-tradicionales/>

<http://periodismodelmar.blogspot.com>

<http://periodismodelmar.blogspot.com/2007/05/historia-de-medios-digitales.html>

<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

<http://www.coberturadigital.com/2009/02/26/ciudadania-informada-prepara-1er-encuentro-de-medios-on-line-ecuador/>

<http://pulsosocial.com/2009/04/17/el-despertar-de-ecuador-frente-a-la-web/#comment-2282>

<http://www.pila-network.org/presentacion.html>

<http://www.utpl.edu.ec>

http://es.wikipedia.org/wiki/Convenio_de_Berna

<http://www.ecuadoraudio.com/home/contenidos.php?id=36&identificaArticulo=13>

<http://www.pateplumaradio.com/south/ecuador/radioquito.htm>

Anexos

TABLA CUALITATIVA DE ECUADORAUDIO

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a.) Información noticiosa		
Contenido	Si / No Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) <u>minuto a minuto</u> Urgente Ultima hora	No dispone de noticias	
Coberturas móviles	No, ninguna	
Especiales (tipo reportaje)	Sí, en la sección de Galería Ecuatoriana.	Libre acceso
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Sí. En la portada existe un enlace a una entrevista sobre un tema específico.	Libre acceso
Otros	Cuenta con secciones varias como: Recopilación de audios Galería Ecuatoriana Foros	Libre acceso

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No dispone de noticias	
Foto galerías	Sí en los reportajes de galería Ecuatoriana tiene fotografías de: Paisajes Naturaleza Fauna Naturaleza Flora Personas	Libre acceso
Foto – móvil	Ninguno	
Audiogalería	Sí. Si todas las secciones de Recopilación de audios..	Libre acceso
Audio on demand (descarga)	Sí, todos los segmentos de <i>Recopilación de audios</i> funcionan como audio on demand.	Libre acceso
Audio on streaming (en vivo)	No, ninguno	
Video on demand	No, ninguno	
Video on streaming (en vivo)	No, ninguno	
Video móvil en vivo	No, ninguno	
Gráficos animados / interactivos	Sí. Todos los reportajes dentro de: La Portada y Recopilación de audio	Libre acceso
Mapas interactivos	No, ninguno	
Infografías animadas	No, ninguna	

HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	No, ninguno	
Enlaces intra – texto	No, ninguno	
Enlaces internos (hacia adentro)	No, ninguno	
Enlaces externos (hacia afuera)	No, ninguno	
Diarios	No, ninguno	
Sindicación de noticias de otros medios	No, ninguno	

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	Sí, uno puede contactarse por medio de un formulario en <ul style="list-style-type: none"> • Contáctanos No existe lista de e mails de periodistas.	Libre acceso
Foros	Sí existe una sección de Foros	Libre acceso
Encuestas	No, ninguna	
Comentarios	Todos los sitios tienen acceso a comentarios	Libre acceso
Votación de notas	No, ninguna	
Entrevistas online (chats con personajes)	No a manera de chats, existe el audio de dos entrevistas.	Libre acceso

<p>Consultorio online (especialistas responden)</p>	No, ninguno	
<p>Reportería ciudadana</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios 	<p>Es posible aportar con imágenes, texto y audio al sitio. Existe la posibilidad de acceder a los foros, pero no hay acceso a blogs ni redes sociales.</p>	<p>Libre acceso</p>
<p>Integración de contenido de redes sociales externas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook 	No, ninguno	

Producción en Servicios Web 2.0		
Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No, ninguno	
Presencia en Flickr	No	
Vídeo (Canal en Youtube)	No	
Wiki	No	
Microblogging Tipo de presencia en twitter Presencia con titulares web Presencia con contenido propio Presencia con periodistas en Twitter Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil	No, No, No, Sí, segmentos propios del medio No, No No	Libre acceso
Contenido de Enlaces Favoritos	No,	
Redes Sociales Presencia y producción en Facebook	No, ninguno	

Hi5	No, ninguno	
otros		
Otros	No, ninguno	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si, disponible	
Buscador	No disponible	
Hemeroteca	No disponible	
Mapa del sitio	Dispone de pestañas de acceso.	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No disponible	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No disponible	
DISTRIBUCIÓN Tecnología pull Suscripción al email alertas de última hora boletines diarios newsletter semanales Suscripción al celular Noticias vía SMS al móvil	No disponible	
RSS	No disponible	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No disponible	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus	No disponible	

amigos”		
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No disponible	
Noticias pueden ser imprimidas	Si, se puede imprimir la información	
Otros	No disponible	

SERVICIOS		
Servicios comerciales		
Publicidad	Si existe	
Tienda virtual	No disponible	
Avisos clasificados	No disponible	
Promociones	No disponible	
Otros	No disponible	
Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No disponible	
Transporte público / carreteras	No disponible	
Programación TV	No disponible	
Programación radio	No disponible	
Cartelera espectáculo, agenda	No disponible	
Directorios	No disponible	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No disponible	
Información-ocio		
Juegos online	No disponible	
Concursos	No disponible	
Archivos de música / vídeo / animaciones	En sus reportajes de cuentos infantiles y fábulas dispone de animaciones.	

Horóscopo	No disponible	
Humor	No disponible	
Sorteos	No disponible	
Otros (postales)	No disponible	

Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Sí, existe: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación. • Forma parte de Ecuador audio. • Acerca de los contenidos. 	Libre acceso
Información para anunciantes	No disponible	
Otras actividades	No disponible	
Mapa del sitio	Sí, la página de Inicio contiene pestañas de enlace a cada uno de sus reportajes y foros.	Libre acceso

TABLA CUALITATIVA RADIO QUITO

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) <u>minuto a minuto</u> Urgente Ultima hora	No Si tiene titulares de noticias de última hora (pertenecientes a Diario El Comercio versión digital)	Libre acceso
Coberturas móviles	No	
Especiales (tipo reportaje)	Si, como sindicación de contenidos del Diario	Libre acceso
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	No	
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	No	
Otros	No	

RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No, solo titulares	
Fotogalerías	No	
Foto – móvil	No	
Audiogalería	No	
Audio on demand (descarga)	No	
Audio on streaming (en vivo)	Si se puede enlazar a la señal en vivo de Radio Quito	Libre acceso
Video on demand	No	
Video on streaming (en vivo)	No	
Video móvil en vivo	No	
Gráficos animados / interactivos	No	
Mapas interactivos	No	
Infografías animadas	No	

HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	No	
Enlaces intra – texto	No	
Enlaces internos (hacia adentro)	No	
Enlaces externos (hacia afuera)	Sí a manera de hipervínculos de noticias del Diario El Comercio	Libre acceso
Diarios	Sí, Diario El Comercio a quien pertenece Radio Quito.	Libre acceso
Sindicación de noticias de otros medios	Sí, sindicación del mismo Diario.	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	Sí se puede contactar con el medio, por medio de un número telefónico o vía mail. No No	gratuito
Foros	No	
Encuestas	No	
Comentarios	No	
Votación de notas	no	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	No No No No	
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters	No No No	

- Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de usuarios de Facebook		
Otros	No, ninguno	

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, ninguno	
Presencia en Flickr	No	
Vídeo (Canal en Youtube)	No	
Wiki	No	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil 	No, ninguno	
Contenido de Enlaces Favoritos	No	

Redes Sociales	No	
- Presencia y producción en <i>Facebook</i>	No	
- Hi5		
-Otros	No	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Personalización de la portada	No	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Sí, existen una ventana o recuadro de Última hora en donde se destacan hipervínculos como titulares de noticias internacionales y se las puede leer al hacer clic en cualquiera de ellas. De la misma manera aparece un recuadro inferior con titulares de noticias nacionales.	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 bilingue	No	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	No	
Ediciones para discapacitados	No	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	No	
Buscador	No de Radio Quito	
Hemeroteca		
Mapa del sitio	Solamente en la página principal se puede ingresar a la programación semanal de la Radio en su versión tradicional.	Libre acceso
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	No	
RSS	No	
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	no	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	no	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	no	
Noticias pueden ser imprimidas	No desde la página de la Radio	
Otros	No	

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Sí, existen recuadros de publicidad, pero pertenecen al Diario según información de Susana Morán; Coordinadora del Departamento de Tecnología del Comercio.com	Libre acceso
Tienda Virtual	No	
Avisos clasificados	No	
Promociones	No	
Otros	No	

d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No	
Transporte público / carreteras	No	
Programación TV	No	
Programación radio	Sí, la programación semanal de la Radio en su versión tradicional	Libre acceso
Carteleras espectáculo, agenda	No	
Directorios	No	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No	

e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No	
Concursos	No	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No	
Horóscopo	No	
Humor	No	
Sorteos	No	
Otros (postales)	No	

f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	No	
Información para anunciantes	No	
Otras actividades	No	
Mapa del sitio	Solamente la Parrilla de programación semanal, en dos opciones: de Lunes a viernes y Sábado- domingo	

ECUADOR AUDIO
TABLA CUANTITATIVA GENERAL DE SEMANA COMPUESTA

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>No dispone de noticias de ningún tipo</p> <p>Recopilación de audios: 14 Galería Ecuatoriana: 8 Foros: 2</p>
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>Información directa y privada</p>
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>Reportajes: 8 Entrevistas: 2 Foro: 2 Audio on demand: 10 Varios: 2</p>
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>En la portada ninguna fotografía, solo 4 ilustraciones</p> <p>Fotografías a color: 8</p> <p>Ilustraciones: 4</p> <p>Cariaturas: 6</p>

**TABLA CUANTITATIVA DE RADIO QUITO POR LA SEMANA COMPUESTA:
Domingo**

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>Política: 6 internacionales; 4 nacionales</p> <p>Economía: 3 internacionales; 3 nacionales</p> <p>Deportes: 1 internacional; 1 nacional</p>
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio.
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>Noticia 16</p> <p>Reportaje: 2</p>
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Lunes

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	Política: 4 internacionales; 3 nacionales Economía:3 internacionales;2 nacionales Sociedad:1 internacional Deportes:2 internacionales;2 nacionales
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	Noticia: 17
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Martes

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none">• Política• Economía• Sociedad• Sucesos• Deportes• Otros (cuáles)	Política: 7 internacionales; 4 nacionales Economía: 2 internacionales; 1 nacionales Sucesos: 1 internacional Deportes: 1 nacional
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none">• Directas (primera mano)• Instituciones• Públicas• Instituciones privadas• Documentales	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none">• Noticia• Crónica• Reportaje• Entrevista	Noticia: 15 Crónica: 1
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none">• Fotografías a color• Fotografías a blanco y negro• Ilustraciones• Caricaturas• Infografía• Video	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Miércoles

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none">• Política• Economía• Sociedad• Sucesos• Deportes• Otros (cuáles)	Política: 5 internacionales; 4 nacionales Deportes: 2 internacionales Sociedad: 1 internacional. Sucesos: 4 nacionales
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none">• Directas (primera mano)• Instituciones• Públicas• Instituciones privadas• Documentales	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none">• Noticia• Crónica• Reportaje• Entrevista	Noticia: 14 Crónica: 2
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none">• Fotografías a color• Fotografías a blanco y negro• Ilustraciones• Caricaturas• Infografía• Video	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Jueves

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none">• Política• Economía• Sociedad• Sucesos• Deportes• Otros (cuáles)	Política : 4 internacionales; 3 nacionales Economía: 4 internacionales; 2 nacionales Sucesos: 1 nacional Deportes: 2 internacionales; 2 nacionales
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none">• Directas (primera mano)• Instituciones• Públicas• Instituciones privadas• Documentales	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none">• Noticia• Crónica• Reportaje• Entrevista	Noticia: 17 Crónica: 1
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none">• Fotografías a color• Fotografías a blanco y negro• Ilustraciones• Caricaturas• Infografía• Video	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Viernes

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none">• Política• Economía• Sociedad• Sucesos• Deportes• Otros (cuáles)	Política: 5 internacionales, 1 nacional Economía: 2 internacionales Sucesos: 2 internacional; 2 nacionales Deportes 1 internacional; 2 nacionales
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none">• Directas (primera mano)• Instituciones• Públicas• Instituciones privadas• Documentales	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none">• Noticia• Crónica• Reportaje• Entrevista	Noticia: 15
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none">• Fotografías a color• Fotografías a blanco y negro• Ilustraciones• Caricaturas• Infografía• Video	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.

Sábado

Temas	
SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>Política: 4 internacionales; 3 nacionales</p> <p>Economía: 1 internacional</p> <p>Sucesos: 2 internacionales; 2 nacionales</p> <p>Deportes: 3 internacionales; 2 nacionales</p>
FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	De Diario El Comercio a quien pertenece la Radio
CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	Noticia: 17
IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	No existen fotografías solamente titulares, al hacer clic en la noticia misma se puede ver generalmente una fotografía.