



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Técnica Particular de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL TRABAJO EN LA RED CON
HERRAMIENTAS WEB 2.0 DIARIOS ABC DE ESPAÑA Y EL
TELEGRAFO DE ECUADOR**

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

CABRERA CUJI RINA SOLEDAD

DIRECTORA:

LIC. AURA CATALINA MIER SANMARTIN

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2009

CERTIFICACIÓN

Lic. Aura Catalina Mier Sanmartín.,
DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por la estudiante Rina Soledad Cabrera Cuji, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, noviembre del 2009

f)

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultado vertidos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....

Rina Soledad Cabrera

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Rina Soledad Cabrera Cuji 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”.

.....
Rina Soledad Cabrera Cuji

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme realizar mis estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia y combinarlos con mi trabajo y mis responsabilidades como hija y como madre

De manera especial, mi sincero agradecimiento a la Licenciada Aura Catalina Mier Sanmartín por haber guiado y orientado acertadamente la realización de este Trabajo.

Un profundo agradecimiento a mi madre Myriam Cuji y a mi Hijo Ezequiel, por haberme permitido utilizar su tiempo para culminar con este objetivo importante en mi carrera profesional.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron y estuvieron conmigo durante la realización de esta tesis.

Rina Cabrera C.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico principalmente a Dios por haberme facilitado los medios necesarios e indispensables para la realización de este trabajo y permitirme continuar con mis objetivos de vida.

A mi hijo, compañero de mis sueños y esperanzas y pilar increíble para mi realización personal

A mi madre por ser quien me transmite su fuerza y su voluntad para salir adelante.

INDICE

| | PÁG. |
|--|-------------|
| RESUMEN | 1 |
| INTRODUCCION | 2 |
| CAPÍTULO I | |
| 1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL TRABAJO EN LA RED CON HERRAMIENTAS WEB 2.0 | 3 |
| 1.1 Transición de medios tradicionales a medios digitales | 5 |
| 1.2 Diferencias sustanciales entre los medios (tradicionales y digitales) | 9 |
| 1.2 SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS NATIVOS | 10 |
| 1.2.1 Los medios de comunicación | 12 |
| 1.2.1.1 Medios escritos | 12 |
| 1.2.1.2 Elementos determinantes para la elaboración de la información | 12 |
| 1.2.1.3 Prensa | 13 |
| 1.2.1.4 Características de la Prensa | 13 |
| 1.2.1.5 Ventajas de la prensa | 13 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 1.2.1.6 | Desventajas de la Prensa | 14 |
| 1.3 | INTERNET | 14 |
| 1.3.1 | Características de los medios digitales | 14 |
| 1.3.1.1 | Ventajas del Internet | 15 |
| 1.3.1.2 | Desventajas del Internet | 15 |
| 1.4 | LA WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 16 |
| 1.4.1 | Principios que tenían las aplicaciones Web 2.0 | 17 |
| 1.4.2 | Las tecnologías apoyan a la Web 2.0 | 17 |
| 1.4.3 | Tecnologías que dan vida a un proyecto Web 2.0 | 17 |
| 1.4.4 | Para qué sirve la Web 2.0 | 18 |
| 1.4.5 | Herramientas más utilizadas | 18 |
| 1.5 | PROPIEDAD INTELECTUAL | 22 |
| 1.5.1 | Propiedad intelectual en la red | 22 |
| 1.6 | REDACCIONES DIGITALES | 29 |
| 1.6.1 | Integración de salas de redacción | 31 |

CAPITULO II

| | | |
|------------|--|-----------|
| 2.1 | MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DIARIOS ABC DE ESPAÑA Y EL TELÉGRAFO DE ECUADOR | 32 |
| 2.1.1 | Diario El Telégrafo | 32 |
| 2.1.2 | Diario ABC de España | 38 |
| 2.2 | METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACION | 47 |
| 2.2.1 | Revisión Bibliográfica | 47 |
| 2.2.2 | Observación Directa Participante | 47 |
| 2.2.3 | Entrevistas | 47 |
| 2.2.4 | Análisis de contenido | 47 |

CAPITULO III

| | | |
|--------------|--|-----------|
| 3.1 | RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS. | 49 |
| 3.1.1 | DIARIO EL TELEGRAFO: VERSIÓN DIGITAL Y VERSION IMPRESA | 49 |
| 3.1.1.1 | Secciones | 50 |
| 3.1.1.2 | Fuentes | 53 |
| 3.1.1.3 | Genero | 55 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 3.1.1.4 | Imagen | 57 |
| 3.1.2 | DIARIO ABC.ES DE ESPAÑA: VERSIÓN DIGITAL Y VERSION IMPRESA | 60 |
| 3.1.2.1 | Secciones | 61 |
| 3.1.2.2 | Fuentes | 63 |
| 3.1.2.3 | Géneros | 64 |
| 3.1.2.4 | Imagen: | 66 |
| 3.1.3 | ANALISIS DE TABLAS CUALITATIVAS DE LOS DIARIOS EL TELEGRAFO Y ABC. | 68 |
| 3.1.3.1 | Interactividad | 68 |
| 3.1.3.2 | Multimedialidad | 72 |
| 3.1.3.3 | Hipertextualidad | 77 |
| 3.1.3.4 | Inmediatez | 77 |
| | CONCLUSIONES | 79 |
| | RECOMENDACIONES | 79 |
| | BIBLIOGRAFIA | 81 |
| | ANEXOS | |

RESUMEN

Esta Investigación sobre los medios de comunicación y el trabajo en la red con Herramientas Web 2.0 empieza con un breve resumen de la transición que han sufrido los medios al pasar de versiones tradicionales a versiones digitales, se describen sus principales diferencias y se aborda el tema de los Medios Nativos que aparecen como consecuencia de esta evolución y desarrollo de la tecnología, y llegada del Internet.

Se revisa a los medios impresos como introducción al análisis de los medios digitales asignados para esta investigación.

Se realiza un estudio bibliográfico concerniente a la web 2.0, sus características, herramientas, utilidad, tecnología en las que se apoya, y la importancia de conocer sobre la propiedad intelectual y el desenvolvimiento de los medios en Internet.

Una reseña de la Historia de El Telégrafo y abc.es de España, y el análisis de tablas cuantitativas y cualitativas que nos proporcionaran información valiosa para los resultados de esta investigación.

Finalmente y como producto de este trabajo se anotan conclusiones y recomendaciones.

INTRODUCCION

Con el paso del tiempo hemos presenciado constantes avances tecnológicos y paralelamente a estos avances, los medios de comunicación se han incorporado a la tecnología y han hecho uso de ella para llegar al público con información dinámica, inmediata, veraz y eficaz.

Con la presente investigación se pretende analizar la importancia del uso de las herramientas Web 2.0 en los medios de comunicación.

Con el análisis de las portadas y el contenido mismo de los diarios El Telégrafo de Ecuador y abc.es de España, se podrá determinar el manejo que dan a la información, el uso de imágenes, los servicios que ofrecen sus versiones digitales, el nivel de participación que proporcionan a los usuarios, y en general la forma en que estos medios aprovechan las múltiples herramientas que la web 2.0 ofrece.

CAPÍTULO I

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

“El Internet ha conseguido potenciar la interactividad y la participación ciudadana gracias entre otros factores a las grandes posibilidades de visibilidad que permite: la rapidez de difusión del mensaje, la cobertura internacional, así como por el alcance de grandes audiencias” (Bustamante, 2002:29).

Es importante recalcar que con Internet los usuarios tienen muchas más facilidades para adquirir información, la sociedad y sobre todo los periodistas tienen nuevas posibilidades y formas de contar las historias, con un solo clic podemos trasladarnos a otros lugares del mundo y conocer sobre otras culturas, enterarnos de noticias internacionales, casi en tiempo real.

“De paso ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de nosotros hablamos y ustedes escuchan, pero esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas habilidades”. (Mark Briggs 2007:23)

Sin embargo, en un entorno en el que se ha conseguido la democratización de la información, se ha posibilitado el acceso a los soportes, es necesario tener garantías de credibilidad de las fuentes. “Precisamente, en esta dimensión la figura del periodista y el valor de marca del medio de comunicación se convierten en un referente como catalizadores, mediadores y filtro. Cuanto más abundante sea la información disponible al alcance del ciudadano se hace más necesario un filtro profesional de dicha información, al tiempo que se requiere una eficaz gestión de la misma” (Bustamante, 2002:31).

A los medios de comunicación actualmente en el país, se los considera como el cuarto poder, es entonces importante que puedan y sepan manejar de una manera acertada la mediación entre el público y los creadores de contenidos, sin olvidar que son la fuente principal de credibilidad.

“No deja de ser paradójico el hecho de que en un entorno caracterizado por el acceso a los datos, la generación de contenidos, la democratización de dichos contenidos y digamos que una abundancia de datos, el conocimiento sigue estando relegado a un sector capaz de gestionar dichos datos y procesar la información, con capacidad para contrastar fuentes y verificar la credibilidad de las mismas, así como para encontrar sentido a los datos obtenidos en el proceso de búsqueda de información”(Bustamante,2002:36)

No se puede pasar por alto, la importancia que tiene el que un medio tradicional se convierta en digital, pues de esta manera puede crecer a nivel internacional, sin perder de vista a su población local.

Actualmente el Internet es considerado como un soporte tecnológico muy reciente y muy inestable para la comunicación. Para Manuel Mariño (2006:103) “El periodismo se ha basado desde su fundación en la creación de productos estandarizados que ahorran tiempo en producción en cada uno de sus ciclos y, por lo tanto con una capacidad de innovaciones formales siempre reducida y limitada a un campo de acción más o menos cerrado”. (Manuel Mariño 2006:103)

Hoy por hoy existen muchos medios de comunicación que manejan su edición digital, lo cual los ha convertido en verdaderos transmisores de las noticias locales a nivel mundial, el principal beneficio respecto al servicio que ofrecen es para las personas ecuatorianas que residen en otros países.

1.1. Transición de medios tradicionales a medios digitales

Para López García (2005:61) “En nuestros días y a lo largo de la historia, el papel que han cumplido los medios de comunicación dentro de la sociedad, como transmisores de los diferentes acontecimientos presentados ha sido muy importante, siendo mecanismos que han permitido, la propagación masiva de información facilitando la construcción de consensos sociales, la construcción y reproducción del discurso público y ciertos niveles de interacción”

Si mencionamos a los medios de comunicación y su constante evolución en el transcurso del tiempo, podemos transportarnos a la prehistoria donde seguramente la forma de comunicarse fue mediante señales y signos de ahí encontramos el arte prehistórico, con la aparición de la escritura se viven cambios tanto económicos como sociales, el invento de la imprenta en el siglo XV que permite plasmar la historia, después los medios audiovisuales que tienen que ver con imagen, fotografía y más tarde la revolución de la informática.

La telegrafía fue el primer medio de comunicación verdaderamente moderno, pues transmitía mensajes a larga distancia sin necesidad de transportes físico de cartas, este medio estuvo seguido por la telefónica, la radio, la televisión, la transmisión por cable y por satélite y finalmente apareció el Internet como una forma diferente de comunicación, otorgándonos un acceso distinto a un mundo de información y conexión con el resto del planeta, de manera sencilla y rápida, muchos aspectos de la vida diaria se han modificado, por esto el Internet se ha convertido en parte indispensable del desenvolvimiento diario, “pese a que en el Ecuador la penetración no es suficiente a comparación de países como Corea del Sur, donde las casas que tienen acceso a Internet bordean el 90%.” (BUSTAMANTE 2002: 32).

López García (2005:63) señala que estos medios se han visto en la necesidad de realizar innovaciones siendo partícipes de cambios constantes para permanecer a la par con la tendencia tecnológica, encontramos ahora a los medios digitales, que son una versión interactiva y en línea de los medios tradicionales, por ejemplo una versión interactiva de un programa de TV, un podcast de un programa de radio, incluso diarios en red, Al respecto, Navarro Zamora (2001) señala que en sus inicios cada nuevo medio de comunicación ha

imitado patrones anteriores. La radio hubo de renunciar a la mera lectura de noticias de los periódicos y buscar nuevas reglas de escritura.

La televisión, que en un principio se definió como una radio con imágenes, descubrió su propio camino, de ahí las transformaciones del periodismo escrito, los periódicos han dado pasos determinantes para obtener presencia en la red.

Al periódico se le concibe como una publicación escrita impresa editada con periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario), se editan habitualmente en forma diaria o semanal, destinado al público con información por lo general clara y concisa, con contenido variado, cuenta con noticias, crónicas, reportajes, artículos, de opinión o literarios, a veces incluyen tiras cómicas, o pasatiempos, generalmente los periódicos cuentan con una sección editorial.

Ahora con el boom de la tecnología, el acceso a Internet, y la necesidad del usuario por obtener información actual, rápida, de fácil acceso, incluso con la novedad de obtener también imágenes, sonido, elementos multimedia, ha hecho que muchas publicaciones en el mundo compartan sus contenidos con la versión en línea de esta forma muchos periódicos se sumaron a la nueva plataforma digital, incluso se han creado medios que nacen exclusivamente para la web, como Ecuador Inmediato, que es un medio que nació en red.

Muchos medios impresos se complementan con versiones en Internet y estas versiones se actualizan con más frecuencia, dentro de los medios tradicionales con trascendencia en Ecuador podemos encontrar; El Comercio, El Universo, Revista Vistazo, La hora, Diario Hoy, Expreso. El Mercurio, El Telégrafo, entre otros, cuyo contenido, es variado, ofrecen noticias, espacios de opinión, secciones dedicadas, etc., en general existe una tendencia a tener versiones en Internet. Como es el caso de Diario El Telégrafo que es el medio ecuatoriano que será estudiado en la presente investigación, cuya versión en red se la ubica en www.telegrafo.com.ec.

Para Varela (2005:54) “Entre las implicaciones socio-culturales más significativas que ha traído consigo el desarrollo tecnológico, se encuentra el cambio de funciones que tradicionalmente han desempeñado los ciudadanos frente a los medios de comunicación social.

“Estamos por lo tanto, ante un medio que se basa en la innovación y evolución constante de la tecnología que lo soporta, y en la eliminación de la significación de soporte físico como destino final de un contenido” (Manuel Marino 2006:102)

Por lo tanto las tecnologías de la comunicación, como son la web 2.0, se convierten, claramente en elementos de mediación y de canalización del contenido. En el caso de la red, estas técnicas evolucionan partiendo de un concepto general a lo particular y de lo particular a lo general para percibir y estudiar los aspectos que conforman el todo por separado. Mark Briggs (2007:26) señala que “Se incorporan a todas las fases de la comunicación hasta el punto de convertirse en el ente más imperceptible, pero necesario, de todo el proceso. Es decir, la tecnología desaparece como tal, y el contenido ocupa un primer plano, reconstruyéndose en un dispositivo de visualización determinado”

Esta realidad ha tenido consecuencias directas en la práctica del periodismo, una disciplina en la cual el diseño ha estado siempre unido estrechamente al contenido que se escribe para él, Internet, ha forzado la separación entre estos dos componentes de los productos periodísticos, y ha provocado una cierta confusión profesional.

En este entorno de evolución constante se producen revoluciones, en el sentido popular del término, con una facilidad increíble. Una revolución siempre está asociada al concepto de la Obsolescencia del formato anterior, y esta lógica de renovación del stock industrial de las grandes empresas informáticas parece haberse impuesto también en la producción de contenidos y al periodismo (Slade 2006:105).

Por lo antes expuesto se puede determinar que no se trata solo de revoluciones tecnológicas, sino también de innovaciones que mezclan la tecnología, el código y el descubrimiento de nuevas formas de expresión.

Para los cybermedios, no es fácil, afrontar las revoluciones antes referidas con facilidad. Ya que estas son estructuras grandes con roles establecidos y que cuesta cambiarlas. En los últimos años, se ha visto un cambio muy intenso de las cabeceras de internet, han evolucionado, entre otros muchos factores, por que las empresas que los sostienen han persuadido de que no solo tienen que colocar sus productos en internet, sino que este medio es su campo de expansión natural. “Sin embargo, Slade (2006:107) manifiesta que no es fácil seguir desde una gran organización, el ritmo propio de la evolución de la red, sobre todo porque los modelos de cybermedios cambian tan rápido como la propia situación de la red”).

La naciente presencia de los medios digitales en internet fue indecisa. Buena parte de los cybermedios replicaron su identidad corporativa traiciones en la web, muchos optaron por publicar una selección de noticias de la edición impresa, una vez al día, con la precariedad de las herramientas de publicación de la época.

Se ha conocido que otros periódicos siguieron empleando la web, durante varios años, como canal de distribución de facsímiles, bien como imágenes de las planas del periódico en papel, o bien a través de otras soluciones como el PDF.

“Las primeras ediciones digitales de cybermedios eran, sobre todo, presenciales, y atendían al imperativo profesional de ocupar un espacio en un nuevo territorio. De esta primera época es muy interesante, de todos modos, destacar los experimentos efectuado por las redacciones. Fusión, convergencia, el incipiente diseño de formatos publicitarios. Con el contenedor por definir, la innovación en el contenido fue muy reducida. En su mayor parte, las informaciones eran réplicas de los originales en papel”. (Cristobal Romani 2007:45)

Varela (2005:58) señala que “en el momento actual, gracias a los denominados software sociales como los wikis y los blogs, y a nuevas posibilidades como la interactividad en los procesos de comunicación, se han abierto nueva vías multidireccionales frente al modelo clásico unidireccional, hasta tal punto que la jerarquización en el modelo de elaboración de contenidos y difusión de mensajes han quedado atrás y se ha abierto paso la democratización de la audiencia, brindando al ciudadano la posibilidad de participar en el debate. La comunicación vertical y jerarquizada está dando paso a una comunicación horizontal, en la que la audiencia, convertida en usuario, se involucra en la generación de contenidos”.

1.1.2 Diferencias sustanciales entre los medios (tradicionales y digitales)

Entre las principales diferencias que encontramos al comparar los medios tradicionales y los medios digitales, es el consumo privado de lo que parece algo claramente establecido: si optábamos por enterarnos de los hechos mediante la lectura, por ejemplo, de un diario, era claro que nos sometíamos a una relación unidireccional, donde nuestra voz no era escuchada. Y, por otro lado, a que asistíamos a un acto claramente privado; nuestra opinión o conclusiones sobre nuestra lectura eran parte de aquello que quedaba fuera de la vista pública, y de la regulación del Estado.

Entonces se puede establecer que los medios digitales a diferencia de los medios tradicionales dan la posibilidad al usuario de participar activamente con opiniones, sugerencias, críticas, es decir permiten interactuar.

Además podemos determinar que, a los medios digitales web se los localiza en Internet, que es un canal universal que soporta a todos los medios de comunicación como lo señala Bustamante (2002:42) “Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales”.

Los medios digitales tienen acceso a grandes cantidades de personas, con su variedad de contenidos multimedia contienen todas las ventajas de los demás medios tradicionales, la información presentada en este tipo de medios puede ser consultada casi en tiempo real debido a que la producción y publicación se realiza de forma inmediata, su funcionamiento admite la interactividad, son ágiles, y presentan funciones conectoras.

En cuanto a la prensa escrita que ha sido uno de los primeros medios en acoger el uso de Internet, hace uso de la fotografía, el video, el texto, y no necesita de papel alguno; con esto, se evitan las limitaciones de espacio y se reducen los costos, entre las principales diferencias encontramos:

El formato: Los periódicos digitales tienen la ventaja de utilizar multimedia

La cantidad del contenido: Permite a los lectores una mayor cobertura de las noticias,

La Inmediatez: Las noticias son presentadas de forma inmediata y estas a su vez son actualizadas constantemente

Los hipervínculos: Permiten al usuario trasladarse de un contenido a otro o ampliar la información de la noticia con solo un clic.

La Interacción: Facilita la comunicación entre periodista y lector, es decir que la información se presenta en forma más dinámica, facilitando la comunicación interpersonal.

Los usuarios a través del internet, tienen la posibilidad de recuperar la información incluso de años atrás a través de hemerotecas que tienen la capacidad de actualizar la página principal cuantas veces quiera, seguir la evolución de un hecho en desarrollo con la posibilidad de corrección o ampliación, el usuario puede archivar o copiar la información si lo desea, algunos medios presentan la posibilidad de personalización, en donde el usuario puede obtener noticias según su gusto y tiene la facilidad de seleccionar de forma simple y ágil lo que quiere leer.

Mientras que los medios tradicionales prensa, radio y televisión, permiten únicamente un flujo de comunicación directa, en donde la noticia es traspasada antes de llegar a la audiencia como una especie de filtro en donde reciben información sobre los acontecimientos presentados, y en función de los intereses de su audiencia, seleccionan para publicar y tratar con mayor o menor amplitud los temas, por estas limitaciones muchos temas quedan fuera los usuarios no pueden participar de estos medios directamente, no se puede interactuar con el sitio, los temas o noticias generalmente se imponen a los usuarios, tienen un alcance limitado.

La prensa electrónica a diferencia de los periódicos impresos se limita a la información que aparece en sus páginas, solo pueden hacer uso de fotografías, y no en gran cantidad por el límite de las hojas utilizadas, a demás requiere de mayor equipamiento para su producción.

1.2 SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS NATIVOS

Los medios nativos nacen en Internet, no a partir de una versión escrita, es decir son hechos exclusivamente para la red. Con el avance de la tecnología con la aparición de Internet

aparecen nuevos formatos, me refiero a que si Internet no hubiese llegado a escena, los medios nativos no existirían, en esta nueva época se conoce también sobre el surgimiento de las nuevas generaciones inmersas en un marco tecnológico lo cual da paso a un nuevo termino “*nativo digital*”, el mismo que fue acuñado por Mark Prensky en el año 2001, y actualmente forma parte ya del imaginario colectivo de nuestra sociedad, al designar a aquellos grupos poblacionales esencialmente jóvenes y adolescentes que han crecido en un marco tecnológico digital es decir rodeados por ordenadores, Internet, teléfonos móviles, MP3, etc., cuyos usos y habilidades en relación a estos medios está completamente naturalizado, de alguna manera se podría decir, que se ha transparentado el dominio digital y discreto de la tecnología a favor de una experiencia de usuario integral.

Según la revista ICONO 14¹ “La evolución de la Red hacia una Red universal Digital y la consolidación del fenómeno denominado Web 2.0 están produciendo una modificación de las conductas, usos y competencias de los internautas. Este proceso es más acusado en los denominados Nativos Digitales y, especialmente entre los adolescentes y jóvenes.”

Se publica también en esta revista que “En este marco, los sistemas de colaboración compartida de la información, elaboración y publicación de imágenes fijas y medios, elaboración de weblogs y podcasting, elaboración participada de contenidos wikis, sindicación de contenidos digitales, etc., de gestión del conocimiento es decir de la utilización y participación de buscadores 2.0, marcadores sociales, sistemas de ranking y directorios sociales, sistemas de geoposicionamiento de contenido, etc. y de relaciones sociales que se dan por la participación activa en redes y comunidades virtuales, entornos multijugador, sistemas de comunicación en red” información que se sitúa en: <http://www.icono14.net/index.php/revista>

Nativo Digital es uno de esos conceptos que quedan como en estado latente y fue retomado hasta hace muy poco. Paradójicamente, ahora que la palabra aparece todos los días, el mismo Prensky dice “yo no he hablado más de nativos digitales sino que hablo ahora de sabiduría digital”.

¹ Icono 14: revista científica semestral de comunicación audiovisual y nuevas tecnologías ISSN:1697-8293:
<http://www.icono14.net/>

El nativo digital es una persona que tiene criterio, que filtra, que produce y coproduce y sabe utilizar las herramientas tecnológicas, por que creció o aprendió de ellas, es consumidor y productor de información.

1.2.1 Los medios de comunicación

Los medios de comunicación hacen posible que la sociedad se conozca, interactúe, aprenda, enseñe, se informe, hoy en día resulta casi imposible pensar en un mundo sin la presencia de los medios de comunicación, desde la invención de la prensa, hasta el desarrollo de internet, la humanidad ha necesitado de ellos.

Estos generadores de opinión han sabido llegar hasta lugares remotos y han ganado importancia.

1.2.1.1 Medios escritos

El principal objetivo de los medios de comunicación escrita es proporcionar información. Para alcanzar ese objetivo se utilizan diversos géneros periodísticos, es decir diferentes tipos de textos.

Los periodistas informan sobre la realidad de distintas formas es decir exponen los acontecimientos recientes en de manera objetiva, o exponen la información en forma ampliada, presentado un punto de vista o una interpretación particular, las crónicas.

1.2.1.2 Elementos determinantes para la elaboración de la información

Como textos portadores de información de interés general, los textos periodísticos contienen una serie de datos que responden a unas preguntas básicas, y que se organizan en forma decreciente como se detalla a continuación:

| | |
|-------------------|-------------------|
| ¿Qué sucedió? | Los hechos |
| ¿Quién lo hizo? | Los participantes |
| ¿Dónde sucedió? | El lugar |
| ¿Cuándo sucedió? | El tiempo |
| ¿Cómo sucedió? | El modo |
| ¿Por qué sucedió? | Las causas |

1.2.1.3 Prensa

“La Prensa como medio publicitario, está dirigida a una mayor cantidad de audiencias, con espacios publicitarios pequeños y grandes, según las conveniencias económicas de los demandantes. La prensa nacional tiene amplios tirajes, secciones diversificadas para público masivo y poca competencia” (Navas Brasilia, 2001:193).

1.2.1.4 Características de la Prensa

A continuación se realizará una breve descripción de lo que hacen los medios impresos y las ventajas y desventajas de las mismas.

1.2.1.5 Ventajas de la prensa

1. Bajo costo por millar de lectores alcanzados. Se estima un promedio de cuatro lectores por ejemplar.
2. Permanencia física del mensaje impreso.
3. Oportunidad de la comunicación: requiere poco tiempo para la preparación e inserción de los anuncios.
4. Flexibilidad geográfica: alcance local, regional o nacional.
5. Permite la presentación detallada de la imagen y el texto, facilitando la inclusión de toda la información requerida.

1.2.1.6 Desventajas de la Prensa

1. En el caso de los periódicos de amplia cobertura geográfica, poca selectividad en relación a los lectores muy específicos.
2. Limitaciones técnicas: papel de baja calidad, mala reproducción, tintas, etc.
3. Corta vida del mensaje. Los periódicos son desechados a diario, por tanto no se puede citar información de un periódico anterior

1.3 INTERNET

“El Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos” (Castells 2001:52).

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la Word Wide Web (WWW, o "la Web"), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web como el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia -telefonía, televisión (IPTV), los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otras máquinas (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

1.3.1 Características de los medios digitales

“Los medios digitales en la actualidad permiten que los usuarios alimenten sus contenidos, que los comenten, que hagan una crítica sobre que comentan, las opiniones vertidas en sus páginas electrónicas y que participen en redes sociales a las que pertenecen los medios” (Castells 2001:64).

A continuación se realizará una breve descripción de lo que hacen los medios digitales y las ventajas y desventajas de las mismas.

1.3.1.1 Ventajas del Internet

Las ventajas que puedo mencionar al usar Internet son:

- a) Hace la comunicación mucho más sencilla con esto nos facilita enviar y recibir información incluso a otro lado del mundo.
- b) Facilita conocer personas e interactuar con ellas a corta o larga distancia.
- c) Con los navegadores se puede encontrar información de forma más sencilla sin necesidad de ir a la biblioteca.
- d) Las noticias generalmente están acompañadas de otros puntos de vista.
- e) Es posible la creación y descarga de software libre, por sus herramientas colaborativas.
- f) La información puede ser seguida en tiempo real.
- g) Se puede realizar compras de productos internacionales, se puede comparar costos.
- h) Se puede compartir conocimientos y adquirir conocimientos a un menor costo.

1.3.1.2 Desventajas del Internet

De igual manera existen desventajas en el Internet, las mismas que se exponen a continuación:

- a) Existe mucha facilidad para encontrar información dudosa y desagradable, que puede afectar especialmente a los menores.
- b) La mala práctica del copy/paste, puede resultar perjudicial para los estudiantes.
- c) Es el principal puente de piratería.
- d) Dependencia de energía eléctrica, si hay un corte de energía en la casa, no se puede utilizar el Internet (no es el caso de la telefonía convencional).
- e) Hace que nazcan otros males tales como el spam, el malware, la proliferación de los virus, el phishing, etc.

1.4 LA WEB 2.0 Y SU INCIDENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

“La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología” (Coorough 2004:84).

“La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio” (Coorough 2004:85).

Es una etapa que ha definido nuevos proyectos en Internet y está preocupándose por brindar mejores soluciones para el usuario final. Muchos aseguran que se ha reinventado lo que era el Internet, otros hablan de burbujas e inversiones, pero la realidad es que la evolución natural del medio realmente ha propuesto cosas más interesantes como se analiza diariamente en las notas de actualidad.

Y es que cuando el web inició, nos tropezábamos en un entorno estático, con páginas en HTML que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interacción con el usuario.

“Pero para entender de donde viene el término de Web 2.0 tenemos que remontarnos al momento en que Dale Dougherty de O’Reilly Media utilizó este término en una conferencia en la que compartió una lluvia de ideas junto a Craig Cline de MediaLive. En dicho evento se hablaba del renacimiento y evolución de la web” (Zeldman 2003:102).

Christian Van (2003:52) señala que “asiduamente están surgiendo nuevas aplicaciones y sitios con extraordinarias funcionalidades” Y así se dio la pauta para la Web 2.0 conference, que arrancó en el 2004 y hoy en día se realiza anualmente en San Francisco, con eventos adicionales utilizando la marca en otros países.

1.4.1 Principios que tenían las aplicaciones Web 2.0 y tecnologías que la apoyan

- 1) La web es la plataforma
- 2) La información es lo que mueve al Internet
- 3) Efectos de la red movidos por una arquitectura de participación.
- 4) La innovación surge de características distribuidas por desarrolladores independientes.
- 5) El fin del círculo de adopción de software pues tenemos servicios en beta perpetuo.

El Web 2.0 no significa precisamente que existe una receta para que todas nuestras aplicaciones web entren en este esquema. Sin embargo, existen varias tecnologías que están utilizándose actualmente y que deberíamos examinar con más cuidado en busca de seguir evolucionando junto al web.

1.4.2 Tecnologías que dan vida a un proyecto Web 2.0

- a) Transformar software de escritorio hacia la plataforma del web.
- b) Respeto a los estándares como el XHTML.
- c) Separación de contenido del diseño con uso de hojas de estilo.
- d) Sindicación de contenidos.
- e) Ajax (javascript asíncrono y xml).
- f) Uso de Flash, Flex o Lazlo.
- g) Uso de Ruby on Rails para programar páginas dinámicas.
- h) Utilización de redes sociales al manejar usuarios y comunidades.
- i) Dar control total a los usuarios en el manejo de su información.
- j) Proveer APIs o XML para que las aplicaciones puedan ser manipuladas por otros.
- k) Facilitar el posicionamiento con URL sencillos.

1.4.3 Para qué sirve la Web 2.0

“El uso del término de Web 2.0 está de moda, dándole mucho peso a una tendencia que ha estado presente desde hace algún tiempo. En Internet las especulaciones han sido causantes de grandes burbujas tecnológicas y han hecho fracasar a muchos proyectos” (Castells 2001:103).

Además, los proyectos tienen que renovarse y evolucionar. La Web 2.0 no es precisamente una tecnología, sino es la actitud con la que se debe trabajar para desarrollar en Internet. Tal vez allí está la reflexión más importante de la Web 2.0.

La web 2.0 puede ayudar a mejorar procesos de participación, colaboración y de comunicación, nos permite tener un mayor acceso a la información, permite interactuar socialmente, se puede cambiar opiniones y datos.

1.4.4 Herramientas más utilizadas

La Web 2.0 concentra una gama amplia de herramientas, que el usuario decide como utilizarlas, entre las más comunes podemos encontrar las siguientes:

Blogs: Son páginas de sencillo manejo, actualización rápida y fácil, de temática diversa, tienen el aspecto de una página web normal, en donde se puede escribir, preguntar, publicar contenidos, registrar enlaces, facilitan el intercambio de información.

“Un weblog, o blog, es un modelo simplificado de página web caracterizada por su sencillez de actualización. Como tal, nació para facilitar la publicación en Internet, limitando a cambio las posibilidades que ofrece el diseño gráfico en HTML. Es un pacto faustiano: menos estética y nula flexibilidad a cambio de una gran sencillez de uso que simplifica el acto de escribir y publicar.”(José M Cerezo 2007:12)

Para acceder a ellas se llena un formulario, y se da clic con el ratón en el botón de publicar, conocidos también como bitácoras o diarios en línea su peculiaridad radica en que por medio de estos, la comunicación se puede expresar libremente y sin edición previa presentándose como una alternativa para que el ciudadano se informe e incluso pueda dejar sus comentarios.

Grafico Como se presentan los Blogs



Fuente: <http://weblog.discapnet.es/img/imgayuda/image006.jpg>

Wikis.- La palabra Wiki fue inventada por Ward Cunningham, son páginas dentro de la web en donde se facilita la escritura colaborativa, permiten ser editadas por múltiples personas sin necesidad de poseer conocimientos de informática y sin ningún programa especial, poseen títulos únicos, su publicación se puede presentar de forma inmediata, hay la posibilidad de hacer un seguimiento de intervenciones porque se registra quien y donde se ha hecho algún cambio, es posible el acceso a versiones anteriores o a las últimas modificaciones, permite enlazar páginas, subir y almacenar documentos de todo tipo de archivos.

Redes Sociales.- Las redes sociales son sitios con diverso contenido, donde se puede intercambiar información y establecer relaciones con otros usuarios, facilitan la comunicación entre personas con intereses en común, actualmente son las más usadas, permite la conexión directa o indirecta a través de otros miembros, es decir en las redes sociales cada uno de los integrantes está de alguna manera vinculado entre sí, como encontramos a facebook y hi5,

entre las aplicaciones que ofrecen las redes sociales existen un sin fin creadas por los usuarios pero citamos las siguientes:

Wall (Muro): Un espacio que permite que los contactos del usuario dejen mensajes.

Pokes (toque): Permite que un usuario “toque” a otro recibiendo éste una notificación.

Photos (fotos): Aplicación que permite subir fotografías, pudiendo agregar “tags” y crear álbumes según el gusto, diferenciándolos por categoría y con distintos niveles de privacidad.

Status (estado): Permite informar a los contactos las actividades que un usuario ha realizado.

Gifts (regalos): Permite enviar regalos virtuales a los contactos.

Chat: El chat es un sistema mediante el cual dos o más personas pueden comunicarse a través de Internet, en forma simultánea, es decir en tiempo real, por medio de texto, audio y hasta video, sin importar si se encuentra en diferentes ciudades o países.

Grafico del Chat



Fuente: <http://www.chatear.org.es/chathotmail.html>

Marketplace: Permite publicar avisos clasificados relevantes a la “red” a la que está unido el usuario.

Función compartir: Posibilita el envío de Links a los contactos de un usuario, insertando una opción debajo del contenido que permita compartirlo con los contactos que se establezcan en la red social.

RSS: Es conocido también como Sindicador de Contenidos, están basados en XML (Extensible Markup Language), el acto de syndicar contenidos es ponerlos a disposición es una nueva vía para difundir contenidos, y permite a los lectores suscribirse a fuentes de información, recibir notificaciones, estar al tanto de los contenidos publicados en un Blog sin tener que visitarlo y estar al corriente de los cambios de una web, avisa de forma automática de la existencia de la información nueva, según el cliente RSS que estemos usando. Esto facilita la propagación del contenido.

Grafico de RSS del diario El Telégrafo

RSS

El Telégrafo incorpora en su portal la tecnología RSS (Rich Site Summary o distribución sencilla de contenidos) para facilitarte el acceso a la actualización de las noticias de interés

Para utilizar RSS, se necesita un programa de software llamado lector de noticias (news reader), siendo gratuitos gran parte de ellos. Sólo es necesario acceder a la página web, descargarlo e instalarlo en una computadora.

Cada vez que alguna de nuestras secciones tenga una nueva noticia, será notificado de forma automática por su lector RSS.

Secciones Disponibles

- Portada
- Ultimas noticias
- Página Dos
- Zona Ciudadana
- Zona Diversidad
- Economía Solidaria
- Opinión
- Retrato
- Tema del Día
- Macroeconomía
- Política
- Mundo
- Provincias
- Quito Metropolitano
- Guayaquil Metropolitano
- Deportes
- Sociedad
- Cultura

LECTORES DE RSS

Windows

- SharpReader (www.sharpreader.com)
- RSSReader (www.rssreader.com)
- AmphetaDesk (www.disobey.com/amphetadesk)
- FeedReader (www.feedreader.com)
- Awasu (www.awasu.com)

Mac OS X

- NetNewsWire (www.ranchero.com/netnewswire)
- NewsMac (www.thinkmac.co.uk)
- AmphetaDesk (www.disobey.com/amphetadesk)

Pocket PC

- PocketRSS (www.happyjackroad.net)
- MobiPocket (www.mobipocket.com)
- NewsMob (www.newsmob.com)

Linux

- Straw (www.nongnu.org/straw)
- Syndicator (<http://syndicator.sourceforge.net>)
- AmphetaDesk (www.disobey.com/amphetadesk)

Palm OS

- Ticker (<http://envicon.com/e/index.php>)
- MobiPocket (www.mobipocket.com)
- Quick News (http://standalone.com/palmos/quick_news)
- NewsMob (www.newsmob.com)

Fuente; <http://www.eltelgrafo.com.ec/RSS.aspx>

Microblogging.- Es un nuevo fenómeno que encontramos dentro de la web, derivado del blog convencional, herramienta creada para interactuar con los demás usuarios, la característica de los microblogging es que dan privilegio a la brevedad de los textos, porque permiten en pocos caracteres (140) compartir mensajes y permite establecer un vínculo entre redes sociales y telefonía celular.

Creative Commons.- Es el nombre que se da a las licencias de contenidos en la Web, que permiten que los usuarios sepan lo que pueden o no pueden hacer en trabajos que han sido licenciados, pueden ser audio, texto, imágenes y más.

1.5 PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual involucra el resguardo de las creaciones e invenciones de las personas; pueden ser, obras literarias, artísticas, dibujos, imágenes, todo lo que ha sido creado con la mente, la propiedad intelectual se divide en:

Derechos de Autor que comprende la protección de obras literarias, artísticas, científicas, y contenidos de las nuevas tecnologías de la información.

Derecho Industrial, en donde intervienen las patentes, que son el derecho exclusivo pueden ser de marcas o algún signo distintivo.

Derechos de Obtentores de nuevas variedades vegetales.

1.5.1 Propiedad intelectual en la red

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

Además de los derechos morales que corresponden a todo autor de una obra por el mero hecho de ser el creador de la misma, nos encontramos con otro tipo de derechos, los económicos,

susceptibles de ser cedidos por los autores, y cuya regulación debe tenerse muy presente en el caso de divulgación de obras a través de la Red.

Una obra original, por el simple supuesto de estar en la Red, se considera ya protegida por los derechos de autor, y aunque no es obligatorio, sí es recomendable protegerse registrando dicha obra cultural en el Registro de la Propiedad Intelectual, que desde hace poco cuenta con una sección especial dedicada a los contenidos web.

“Es preciso si se desea difundir, divulgar o comunicar una obra en Internet, contar con el consentimiento de su autor, consentimiento que generalmente lleva aparejado una contraprestación económica por la utilización de dichos contenidos.

Actualmente, la protección de las obras culturales comunicadas o distribuidas por medio de la Red, se extiende también a las páginas web. El contenido de los sitios web está igualmente protegido ya que los mismos son considerados como creación intelectual. 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”. (Ainara Larrondo 2007:32)

De la misma forma, es conveniente registrar las páginas en el Registro citado, a fin de dotar a su autor de una mayor protección frente a accesos no autorizados o reproducciones, comunicaciones públicas o distribuciones llevadas a cabo sin consentimiento.

Con la aparición de las nuevas tecnologías, el uso del ordenador y los cambios que han significado para la sociedad, al poner a su alcance un sin número de contenidos y de información, la red ofrece mayor capacidad en cuanto a reproducción y transformación de las obras que son publicadas, Internet se ha convertido en la mejor oportunidad para que un autor difunda su obra, pero a su vez resulta un arma de doble filo para quien publica sus creaciones y las pone al alcance de todos, si bien es cierto quien agrega sus creaciones en Internet está al tanto de que otras personas pueden interesarse, utilizarlas e incluso reproducirlas, porque prácticamente todas las obras en los medios electrónicos son susceptibles de ser pirateadas, el problema se presenta en el momento que alguna persona se atribuya la autoría de alguna obra que no sea suya, poniendo su firma en ella.

Frente a esto porque a diferencia de la tecnología análoga, la tecnología digital permite obtener una copia perfecta de la obra original, se ha buscado la forma de controlar el uso de las obras con algunas exigencias, reglas jurídicas que ayudan a combatir infracciones y malos usos de obras licenciadas, precisamente las licencias Creative Commons de las que se hablo en el apartado anterior, surgen para dar un mayor control y a su vez el autor puede reservarse algunos derechos sobre su obra y ceder otros.

Según datos obtenidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, y publicados en las siguientes páginas <http://creativecommons.org/learn/licenses/> y <http://labwp.loxa.ec/?p=16> se transcribe la siguiente información con respecto a las licencias Creative Commons en Ecuador:

Con la llegada de la web 2.0, se ha incrementado el debate sobre el control de los derechos de autor, por un lado la visión del control total “Todos los derechos reservados” y por el otro una anarquía que deja sin ninguna protección al autor. Creative commons propone un punto intermedio, en el cual se pueda reservar “ciertos derechos“, ajustados a gusto del autor, de forma tal que se posea libertad de decisión, pero sin dejar puntos de exposición por el que se aborden abusos de una determinada creación.

Creative Commons, fue fundada en 2001, es una fundación sin fines de lucro, que pretende apoyar a los usuarios a ejercer sus derechos sobre la propiedad intelectual. El primer proyecto nace en 2002, con la idea de liberar un conjunto de licencias para uso público. Se inspira en parte de la idea de La fundación para el Software Libre, con sus Licencias de uso Público General.

A diferencia de las licencias de software libre, Creative commons no está acotado únicamente a los desarrollos informáticos, sino que amplía su campo a cualquier tipo de creaciones, musicales, teatrales, literarias, cinematográficas, fotográficas, es decir, arte en general.

Es aconsejable usar licencias Creative commons por las siguientes razones:

- 1) Para elegir qué es lo que se desea compartir y lo que se desea reservar. A través de este tipo de licencias, se puede aprovechar al máximo los métodos de difusión masivos y reservar el control del empleo por parte de otros usuarios.
- 2) Permite alentar a otros colegas a construir nuevos temas a partir del propio o a mejorar el mismo, proveer del rédito que supone que otros hagan referencia al autor original.
- 3) Permiten mantener diferentes opciones de la misma licencia.
- 4) El formato que se usa es bastante general (más informal y menos legal).
- 5) En cuanto al formato legal, este cuenta con terminología eminentemente técnica.
- 6) El formato digital está diseñado para ser fácilmente tratado con métodos informáticos.
- 7) Con estas licencias se está formando parte y colaborando con una nueva línea de pensamiento, referido a Copyright, arte e Internet.

Es importante recalcar que ofrecer un trabajo bajo una licencia de Creative Commons no significa entregar el Copyright, sino poner a disposición algo de esos derechos y solamente bajo ciertas condiciones.

Las condiciones son la que elija cada uno y se detallan a continuación:



Atribución: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo.

Ejemplo: Josué publica su fotografía con Licencia de Atribución, porque desea que el mundo emplee su fotografía, dejando constancia que es suya. Vero encuentra esta fotografía en Internet y desea incorporarla a la página de inicio de su web. Vero coloca esta fotografía y claramente indica que Josué es la propietaria.



No Comercial: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales.

Ejemplo: Vero publica su fotografía con licencia No comercial. Josué incorpora una parte de la fotografía de Vero en parte de un póster. Josué no estaría autorizado a vender ese póster sin la autorización de Vero.



No derivación del trabajo: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar solo copias literales del trabajo patentado, no estando autorizado ningún tercero a realizar trabajos derivados del mismo.









Ejemplo: Josué graba su canción con una Licencia de No derivación del trabajo. Diego No podría tomar parte de esta obra para incorporarla a otra suya o realizar modificaciones sobre la misma, sin la autorización de Josué.












Igualmente compartido: Esta licencia permite a otros realizar trabajos derivados pero únicamente bajo una licencia idéntica. Este tipo de licencia, únicamente aplica a obras derivadas.

Si se presta atención, se observa que esta licencia es excluyente de la de No derivación de trabajos, es decir, no se pueden elegir ambas a la vez. Por ejemplo: Vero coloca una fotografía suya en Internet bajo licencia No comercial e Igualmente compartido. Josué es un artista amateur y arma un collage en el que pone parte de la foto de Vero. En este caso Josué debe hacer uso No comercial de su collage y especificar claramente su licencia de Igualmente compartido, con lo que estaría distribuyendo su trabajo bajo los mismos términos que Vero.

Hay 11 combinaciones posibles:

| Logos | | | Definición | | | Descripción |
|---|---|---|------------|---------------------------|-----------------------|--|
|  | | | Atribución | | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo. |
|  |  | | Atribución | No derivación del trabajo | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado, pero solo <u>copias literales</u> . |
|  |  |  | Atribución | No derivación del trabajo | No Comercial | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado, pero solo <u>copias literales</u> y <u>sin propósitos comerciales</u> . |
|  |  | | Atribución | No Comercial | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero <u>sin propósitos comerciales</u> . |
|  |  |  | Atribución | No Comercial | Igualmente compartido | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero <u>sin propósitos comerciales</u> y con <u>licencia idéntica</u> . |

| | | | | | | |
|---|---|--|---------------------------|-----------------------|--|--|
|  |  | | Atribución | Igualmente compartido | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero con <u>licencia idéntica</u> . |
|  | | | No derivación del trabajo | | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar solo <u>copias literales</u> |
|  |  | | No derivación del trabajo | No Comercial | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar solo <u>copias literales</u> y <u>sin propósitos comerciales</u> |
|  | | | No Comercial | | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo <u>sin propósitos comerciales</u> |
|  |  | | No Comercial | Igualmente compartido | | Permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo <u>sin propósitos comerciales</u> y con <u>licencia idéntica</u> . |
|  | | | Igualmente compartido | | | Permite derivar obras con <u>licencia idéntica</u> . |
| | | | | | | |

1.6 REDACCIONES DIGITALES

Existe un error común que se repite en los sabios de época, el intentar medir lo actual y dominar las nuevas tendencias con el uso de herramientas que ya son obsoletas.

Diez años atrás, cuando las primeras redacciones digitales estaban en formación el modelo de redacción a seguir era el de las redacciones de papel, lo que ocurría era un volcado de contenidos, en la actualidad lo interesante de lo digital es salir de simple volcado de contenidos he ir mas allá, personalmente, como usuario, pienso que si en un diario digital que tiene la posibilidad de ser mas interactivo con videos fotografías infografías, encuestas, etc. Me presenta lo mismo de un diario escrito impreso, desecha toda posibilidad de interacción y a mi criterio pierde el sentido de estar en Internet.

Una sala de redacción con 20 integrantes podía dividirse así: 16 periodistas, un "webmaster", dos diseñadores y un programador. Una redacción tradicional sólo cambiaba las cuatro sillas técnicas, repetía esa misma cantidad de periodistas, pero tenía dos diseñadores, un editor de fotografía y un corrector.

Los avances tecnológicos han modificado hasta la manera más primitiva de la comunicación como es la escritura, debido a ello se han ido creando nuevos métodos que cumplan con el objetivo de tener una lectura mas clara, cómoda y precisa al momento de leer frente a un monitor.

La Internet se ha convertido en la herramienta fundamental para la búsqueda de información de un comunicador. Está es su fuente de investigación donde se puede obtener y a la vez brindar datos de un acontecimiento o tema de interés a nivel mundial.

“Los medios de comunicación son los encargados de determinar el concepto de redacción tradicional y crear un concepto de redacción no lineal que permitirá al lector mayor fluidez y aceptación. Cabe mencionar que el usuario de Internet quiere información breve y clara para que pueda entender todo lo que necesita saber en poco tiempo”. (Homero Alsina2007:22)

Hoy en día la página Web debe resultar para el navegante funcional y llenar las expectativas que este necesita aclarar. Además de presentar un atractivo diseño es fundamental que contenga la mayor información útil, organizada y bien desarrollada.

En nuestro país todavía no hay nada definido acerca de los lineamientos de cómo se debe de escribir en Internet como nos manifiesta la profesora Roselyn Rincón "cada medio de comunicación está formando su propio estilo, basándose en estudio importantes acerca del tema como lo son los de Patricia Noriega y Bella Paloma entre otros".

Los hipertextos facilitan el incremento, ampliación y profundidad de la información al usuario, y el uso de la multimedia facilita la interacción entre los cibernautas.

El comunicador de hoy tienen que ser "multimedia", saber identificar la importancia de la tecnología, se puede señalar que los comunicadores tradicionales fácilmente se están adaptando a estos nuevos avances, de hecho son amantes a ella, y por esto se puede pedir esa misma pasión a los nuevos comunicadores del mañana.

La tecnología está jugando un papel importante en el desarrollo y cumplimiento de este trabajo, ahora el periodista debe cumplir un rol multimedia por ello se busca que los estudiantes de esta nueva generación tengan conocimiento de estos.

Los comunicadores están creciendo a la par de los nuevos avances tecnológicos que se están dando en nuestro país, recordemos que Ecuador todavía está en pañales acerca de las inquietudes que puede presentar el cibernauta, sobre todo tomando en cuenta que el usuario de Internet en nuestro país representa una población joven, casi el 72% de los mismos son menores de 34 años de edad.

Los comunicadores de hoy tienen como reto crear nuevos recursos periodísticos que se adapten a los avances tecnológicos que estamos viviendo, es importante que este periodista cultive la importancia de la jerarquización de la información y la recopilación de datos, y sepa obtener los beneficios de la multimedia y la interactividad para mantener a una audiencia.

1.6.1 Integración de salas de redacción

Generalmente cuando los periódicos están integrados, el enfoque usualmente envuelve la sobrevivencia de la marca y, como la versión impresa actual es financieramente más importante, la versión online se vuelve secundaria. También la innovación es un poco más fácil cuando las salas de redacción están separadas. Los desarrollos multimedia son más simples cuando se los abarca de forma individual porque no tienen nada que hacer con las destrezas existentes en los periódicos. También ayudan a atraer a las audiencias más jóvenes debido a que se trata al Internet como un medio diferente con equipos para la sala de redacción online calificados, más jóvenes que hacen que la lectoría sea más acogida.

Tal vez la principal desventaja es la dificultad de un trabajo en conjunto y el hecho de que los periodistas que trabajan para la versión impresa no se sienten involucrados con el portal, lo que dificulta su trabajo en equipo. Estos problemas están también muy condicionados por las diferencias culturales, académicas y lo más importante por la diferencia de edad por cuanto las nuevas generaciones están más al tanto de las nuevas tecnologías y poseen mayores conocimientos en ese aspecto.

Desde otro punto de vista, ciento por ciento de integración no es la mejor solución. Se teme que la integración total pueda afectar la esencia de ambas plataformas en términos de velocidad, análisis y valor de entretenimiento. La mayor de las desventajas que se puede encontrar en estos primeros pasos es el incremento vía Internet, de la capacidad para entregar información.

Pero es importante recalcar también que una de las mayores ventajas de la integración de las salas de redacción, es la mayor coordinación editorial entre los distintos medios de un mismo grupo. También, una mayor capacidad de hacer apuestas informativas comunes, generar un efecto casi orquestal, donde cada medio aporta su tono para una cobertura coordinada. Esto a su vez permitirá tener un mayor músculo comercial. Y crear contenidos multiplataforma para nuevos dispositivos digitales, particularmente hacia los móviles de tercera generación.

CAPITULO II

2.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DIARIOS ABC DE ESPAÑA Y EL TELÉGRAFO DE ECUADOR

“Los periódicos son folletos editados normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya función principal consiste en presentar noticias. El periódico además puede defender diferentes posturas públicas, aconsejar a sus lectores y en ocasiones incluye tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la publicidad. Fue el medio de comunicación más influyente en materias de opinión hasta bien entrado el siglo XX, en la actualidad los periódicos han incorporado nuevas tecnologías para llegar de manera más efectiva al lector”. (Roiz Miguel 2002:36)

2.1.1 Diario El Telégrafo

Diario El Telégrafo² a través de su página web, se sabe que su fundación fue el 16 de febrero de 1884, en la ciudad de Guayaquil, por Juan Murillo Miró, quien había llegado recientemente de Europa porque su padre don Juan Murillo estaba enfermo.

Diario el telégrafo inicio su actividad como un periodo de circulación quincenal en 1884, desde el inicio se definió con la tendencia liberal de esa época. Por esta razón varios de sus directivos fueron obligados a permanecer en el exilio.

Los aires revolucionarios que se vivían en ese año en el país, luego que los Restauradores derrocaron al general Ignacio Veintimilla, hicieron que el joven Murillo notara la necesidad de crear un diario independiente en el que los ciudadanos pudieran expresar su opinión.

El diario adoptó ese nombre en homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador, en 1884, con lo cual el país establecía una comunicación eficaz con el mundo. Además, El Telégrafo fue el primer periódico ecuatoriano que utilizó ese invento.

² www.eltelegrafo.com.ec

La recepción del público hacia El Telégrafo fue inmediata. Su discurso radical y liberal permitió que el Diario sea una guía durante la Revolución Liberal. El 1 de enero de 1885 fue fusilado el coronel Nicolás Infante, jefe de los Revolucionarios. El Telégrafo en varias ediciones publicó las protestas contra el crimen firmadas por ciudadanos.

El gobierno de Plácido Caamaño ordenó la encarcelación de Juan Murillo Miró y su posterior exilio a Chile. Así, los sucesores de Murillo también fueron acosados por el régimen hasta que el diario dejó de circular el 3 de julio de 1886, cuando había logrado imprimir su edición número 607.

En 1898, todas las acciones de El Telégrafo son adquiridas por el ambateño José Abel Castillo. Así, el Diario se convierte en el principal matutino del Ecuador por varias décadas.

El 15 de noviembre de 1922, durante el gobierno liberal de Luis Tamayo se asesinan a centenares de obreros en las calles de Guayaquil. El Telégrafo es el único diario del país en levantar su protesta y llenar sus páginas con denuncias en contra del régimen de esa era.

Luego de las publicaciones José Abel Castillo fue amenazado y perseguido. Así, decide salir del país y se radica en Alemania por varios años. En esa época, El Telégrafo también fue presionado y censurado por los gobiernos.

El diario continuó su labor porque Manuel Eduardo y José Santiago Castillo administraron el Diario. En 1923 se inaugura el actual edificio de El Telégrafo, ubicado en las avenidas Diez de Agosto y Boyacá. Y ese año se bautizó a Albert, que es la primera rotativa que llegó al país. Pero sólo en 1926 se imprimió el diario en la gigante imprenta. José Abel Castillo regresa al país en 1927 y retoma la dirección del diario, siempre con la colaboración de sus hijos. En 1940, Santiago Castillo y Castillo asumen la dirección de El Telégrafo.

En 1923 el diario empezó a funcionar en su actual edificio ubicado en 10 de Agosto y Boyacá, en 1956 inauguró una de las rotativas más avanzadas de la época: podía imprimir hasta 40.000 ejemplares en una hora. Desde el inicio fue una construcción característica en el centro de la urbe. En la actualidad es el primer Diario Público del Ecuador. El interior del edificio fue

remodelado y aunque es solventado por el Gobierno no responde a algún partido político y mantiene su tendencia liberal como en sus inicios.

La arquitectura del edificio del diario El Telégrafo, responde a un estilo clasicista que predominó entre 1920 y 1930, en estos años el edificio del diario formó parte de la arquitectura culta de la época. En ella se destaca el uso de elementos clásicos en las que resaltan las columnas lisas con capiteles en la parte superior (detalles de decoración en alto relieve).

Grafico N°. 2.1 Detalles arquitectónicos del edificio de El Telégrafo



Fuente: Galería del Diario El Telégrafo

Con esta edificación se quería emular a las construcciones religiosas y demostrar que así como la iglesia tenía poder, los civiles también lo tenían, según la teoría del escritor Florencia Comste. Por más de 15 años la edificación fue considerada la más alta de Guayaquil, del país e inclusive en Sudamérica.

Con el paso del tiempo y con la necesidad que crear y satisfacer los nuevos requerimientos para la nueva redacción, la cual incluía lograr un ambiente amable, una comunicación horizontal, un funcionamiento inteligente, el reto arquitectónico era:

Establecer una relación y una transición suave ente las dos estructuras de épocas diferentes

Introducir la noción de tiempo a través de la luz natural; por ello se propuso la orientación nortesur de los puestos de trabajo lo que permite aprovechar la luz desde la mañana hasta la caída del sol.

Gestionar la luz artificial a través de lámparas cuya fuente de luz está a 60 cm. De altura de las mesas de trabajo, las que aseguran una intimidad de biblioteca y buen equilibrio con la luz natural.

El aislamiento térmico y acústico del lugar se aseguró a través de un techo de cade (hojas de palmera) instalado sobre una malla metálica sobre el techo de zinc, mitigando así el golpe del agua de las lluvias tropicales y aislando el lugar del fuerte sol. En 800 m2 donde se logró ubicar 88 puestos de trabajo.

El edificio del diario El Telégrafo fue considerado como una joya de las edificaciones públicas de Guayaquil, esta construcción alberga al Primer Diario Público del Ecuador. Su última remodelación desde el 2008 ha logrado fusionar dos estilos arquitectónicos de épocas muy diferentes.

Grafico N°. 2.2 Primer Edificio de El Telégrafo



Fuente: Galería del Diario El Telégrafo

Grafico N°. 2.3 Edificio Remodelado diario El Telégrafo



Fuente: Galería del Diario El Telégrafo

Grafico N °. 2.4 Edificio antiguo El Telégrafo



Fuente: Galería del Diario El Telégrafo

Grafico N°. 2.5 Edificio Remodelado diario El Telégrafo



Fuente: Galería del Diario El Telégrafo

El diario El Telégrafo dio acogida a los mejores periodistas y escritores del país como Manuel J. Calle, Medardo Ángel Silva, José H. Simmonds, Juan Emilio Murillo.

Este diario que en Ecuador se lo considera como el decano de la prensa nacional y que durante los últimos años se habló incluso del riesgo de desaparecer, ha dado gran importancia al avance tecnológico. Sin lugar a duda el diario El Telégrafo decide dar un lugar privilegiado en la cabecera de la innovación digital, es por eso que crea su página Web, www.eltelegrafo.com.ec y se convierte en estos días en el periódico digital con la versión más actualizada en cuanto a diseño y estructura dirigida a promover iniciativas de periodismo ciudadano.

Sin embargo es importante mencionar que en base a la información proporcionada por la Agencia de Garantías y Depósitos (AGD), El diario, con 125 años de historia, pasó a manos de la AGD luego de la incautación a los bienes de los accionistas del quebrado Banco del Progreso, propiedad de Fernando Aspiazu, que se realizó el 8 de marzo del 2002,

El diario debía ser subastado para recuperar los dineros que se adeudan a los depositantes del Banco del Progreso, sin embargo una subasta pública el 28 de junio de 2002, no recibió ofertas y fue declarada desierta. (Superintendencia De Compañías 2002)

El Telégrafo ha pasado por diferentes problemas, y actualmente a pesar de ser propiedad del Estado ecuatoriano se maneja como empresa privada, con nulo control de la Contraloría o el Ministerio de Finanzas sobre el dinero que reciben. (Informe de la AGD, 2004: 12)

El Telégrafo, necesitará del estado hasta el 2011 para auto sostenerse, mientras tanto, durante el 2008 y 2009, se ha financiado con dineros del fisco nacional, que llegan a más de 16 millones de dólares. El rotativo no solo registra pérdidas acumuladas de 4.7 millones de dólares, sino que ha recibido ingentes recursos del Estado y tiene que cumplir con deudas de sus anteriores accionistas que, dadas sus condiciones financieras, también las están pagando los ecuatorianos (Agencia de garantía de Depósitos 2006)

Según un comunicado publicado por los directivos de El Telégrafo, el Gobierno con el compromiso de generar medios públicos alternativos al monopolio privado, compró el diario, a través de un cruce de cuentas entre la AGD y el ministerio de Finanzas. (Diario El Telégrafo 26 de febrero, 2006)

Durante el 2008 recibió una inyección financiera con dineros del Estado por 7 millones 76 mil 612 dólares. Producir pérdidas en los primeros años de desarrollo de una empresa más aun si esta ha sido rescatada de una debacle financiera como en el caso de El Telégrafo.

2.1.2 Diario ABC de España

La información que a continuación se expondrá del diario ABC de España, fue proporcionada por el diario Las Noticias de Mexico.com

El diario ABC es considerado como el decano de la prensa de Madrid. Muchos de los periódicos publicados a diarios en España, salieron a la calle antes que ABC, pero sólo éste se editó en Madrid y su difusión fue nacional. (<http://www.lasnoticiasmexico.com/31947.html> Agosto 5, 2009)

Fundado por Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Osorio, el diario ABC salió a la calle el 1 de junio de 1905, como sucesor del semanario del mismo nombre cuyo primer número se editó el 1 de enero de 1903 con el subtítulo de Crónica Universal Ilustrada y a un precio de diez céntimos.

Gráfico N°.2. 6. Primera Edición Publicada el 1 de Junio de 1905

Fuente: Hemeroteca diario ABC

Ya impreso en imprenta el diario ABC, salió a la venta en 1905 con el número 142 (el 141 correspondió al último ABC semanal) constaba de 16 páginas y tenía ya un marcado carácter gráfico, sin olvidar la importancia de la publicidad, que en el primer ejemplar de ABC ocupaba toda la portada. Su precio se redujo entonces a la mitad: cinco céntimos y su formato, tipo

revista, ha sido la característica desde sus orígenes y la singularidad de ABC respecto a los principales diarios de Europa. (<http://www.lasnoticiasmexico.com/31947.html> Agosto 5, 2009)

Con el mismo formato, características, y en la misma línea que el rotativo de Madrid, Juan Ignacio Luca de Tena, hijo del fundador, vinculó a la citada publicación madrileña el diario ABC de Sevilla, que con la misma cabecera salió a la calle el 12 de octubre de 1929, en homenaje a su padre, sevillano de nacimiento y fallecido el 15 de abril del 29, año en que la ciudad oriunda acogía la Exhibición Universal.

Editados por Prensa Española, SA, sociedad mercantil fundada también por Torcuato Luca de Tena, ABC manifestaba en su primer número su intención de no adscribirse a ninguna opción política, "con lo cual se intentaba comunicar que no seguirá bandera alguna para no mermar su independencia", sin embargo su línea editorial ha sido definida desde sus inicios como "monárquica, liberal e independiente". (<http://www.lasnoticiasmexico.com/31947.html> Agosto 5, 2009).

Precisamente por su decidida orientación monárquica el rotativo dejó de publicarse en varias ocasiones durante la II República. En 1931 el Gobierno provisional presidido por Aniceto Alcalá Zamora suspendió la publicación durante veinticinco días, situación que se repitió el 21 de noviembre del mismo año, pero en esa ocasión el cierre, acompañado de una multa de mil pesetas, fue de tres días; y la causa "menospreciar al Parlamento español".

Al haber sancionado éste el acta de acusación contra Alfonso XIII. La tercera suspensión de ABC, tuvo lugar del 10 de agosto de 1932 al 4 de noviembre del mismo año, y se produjo por Decreto del Ministerio de la Gobernación, en el gobierno presidido por Manuel Azaña. Durante la guerra civil, ABC de Madrid, al igual que otras muchas publicaciones de la época, fue incautado y lejos de los planteamientos de sus fundadores, pasó a ser un periódico de corte republicano.

Lo mismo le sucedió a ABC Sevilla, que también apartado de los planteamientos iniciales, tuvo que afrontar las directrices de la guerra, pero desde el bando nacional.

Una vez finalizada la contienda, ABC volvió a manos de los Luca de Tena en marzo de 1939, y

el 23 de abril reanudó de nuevo la publicación a diario de las páginas en huecograbado. Aunque en esta nueva época, superó dificultades, (censuras, multas y secuestros), ABC ha procurado desde entonces ser fiel a la línea para la que fue creado y con la que obtuvo tan buenos resultados. - (<http://www.lasnoticiasmexico.com/31947.html> Agosto 5, 2009”.

Con cincuenta mil ejemplares de tirada en el primer número de 1905, que cuadruplicó en los meses siguientes, ABC se colocó ya en 1918 a la cabeza de la circulación de la prensa madrileña y en los años treinta, cuando ya utiliza en sus páginas el color, el bicolor y la tricromía, se consolida como primera publicación de España y la más importante en número de lectores en Madrid. En 1927 ABC tiraba 147.000 ejemplares; 162.000 en 1928; 181.000 en 1929 y 193.000 en 1930.

En casi un siglo de existencia, las páginas de ABC han informado sobre acontecimientos históricos, nacionales e internacionales como la crisis de 1909 y la de 1917; la dictadura de Primo de Rivera, el fin de la monarquía de Alfonso XIII, la proclamación de la II República, la designación de Franco como jefe del Estado, el fin del franquismo y los acontecimientos políticos más importantes operados en la España de transición a la democracia; el ingreso de España en la Unión Europea o el reciente atentado contra las torres gemelas y el Pentágono en Estados Unidos, entre otros.

Siguiendo con su línea monárquica, las páginas de ABC han sido testigos de los principales acontecimientos referentes a la Familia Real española. “Desde el atentado contra Alfonso XIII el 31 de mayo de 1906, la boda de Don Juan Carlos de Borbón en Atenas, en 1962, la renuncia en mayo de 1977 de Don Juan, a quien ABC dedicó diversas portadas como Juan III; la proclamación de Juan Carlos I como rey de España, en 1975, o el entierro de Don Juan en 1993, sin olvidar las bodas de las infantas de España o la jura del Príncipe de Asturias de la Constitución como Heredero de la Corona, tras alcanzar la mayoría de edad, en 1986”. (<http://www.hislibris.com/hemeroteca-abces/> Agosto 22, 2009).

ABC que además de ser fiel a su línea, ha conservado durante casi un siglo su cabecera y un formato original y prácticamente inalterable, nació con un espíritu innovador. Ya en 1903 el fundador Torcuato Luca de Tena manifestaba en las páginas del

primer número "ABC pretende ser no un periódico más, sino un periódico nuevo por su forma". La peculiaridad de sus portadas han servido en ocasiones de referente en su objetivo innovador. Destaca por ejemplo, la primera portada del diario del 1 de junio de 1905 que salió a la calle sin fotografía, que no se incluyó hasta el 1 de abril de 1908.

En el número de ese día una fotografía llenaba la portada, característica de las primeras de ABC desde entonces. Otras portadas innovadoras fueron las del 20 de abril de 1912 en la que se plasmó la situación del "Titanic", cuando se hundió en el Atlántico, haciendo ya uso de recursos infográficos; cuatro fotos de la misma noticia formaban el diseño de la portada del 31 de diciembre de 1935, la superposición de imágenes en la del 13 de septiembre de 1942, el sangrado de la fotografía para incluir en su lugar parte de un texto, en la primera del 29 de julio de 1935, o la movilidad de la cabecera de derecha a izquierda y no en el centro, han sido otros de los ejemplos. Igualmente insólitas han sido sus dimensiones, ya que a comienzos de siglo dominaban los diarios con formatos tipo sábana. En 1903 ABC aparece con un formato de 23 por 41,5 centímetros, y leves han sido las variaciones desde entonces. En la actualidad, es decir un siglo después, ABC sigue siendo el diario con el formato más reducido, pese a que en 1999 aumentó un 20 por ciento la "mancha" y pasó de 23 por 32 centímetros a 25,5 por 35, su formato actual.

Además, y a diferencia de otros rotativos, sus hojas van grapadas y sólo ABC colocaba la práctica totalidad de las fotos en las primeras y últimas hojas, es decir las que "envuelven" el periódico, destacando en las páginas interiores los dibujos, caricaturas y gráficos. En la actualidad ABC incluye también fotos en sus páginas interiores.

Hasta 1989 las páginas gráficas de ABC se imprimían en huecograbado, mientras que para las escritas se utilizaba la tipografía. El 27 de junio de 1989 ABC comenzó a utilizar el offset y a partir de entonces a incorporar color a su portada. Pese a que ABC publicó su primera portada a todo color el 20 de marzo de 1960 es desde finales de los ochenta cuando las publica diariamente en color.

En cuanto a la tipografía, el rotativo madrileño, y también a diferencia del resto, utiliza en sus textos la letra helvética y en sus titulares la romana y frente a las 5 o 6 columnas habituales en

el resto de tabloides nacionales ABC ha venido empleando tres columnas por página. Desde su modificación en 1999 diseñó a cuatro columnas.

Otra característica del rotativo madrileño, además de la gráfica y tipográfica ha sido la literaria. Azorín fue el periodista que el 1 de junio de 1905, en el primer número del ABC diario, informaba del atentado sufrido por Alfonso XIII en París, y lo hacía mediante una crónica telefónica, la primera en la historia del periodismo español.

Desde la primera redacción de ABC diario compuesta por dieciocho periodistas, además, numerosos cartelistas, ilustradores, dibujantes de humor, de historietas, viñetas y jeroglíficos han pasado por las páginas de ABC, como Antonio Mingote, quien publicó su primer dibujo humorístico en ABC el 19 de junio de 1953 y lo sigue haciendo desde entonces.

Pionero también por ser uno de los primeros diarios con difusión internacional, en 1972 la empresa ABC Internacional SA editó en Nueva York el "ABC de las Américas", con una periodicidad semanal y destinado a los lectores de habla hispana. Desde esa fecha y hasta 1976 la nueva publicación comenzó a circular por todo el continente americano.

En la actualidad, ABC se vende en Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, México, Portugal, Reino Unido, Suiza y Marruecos.

En el ámbito nacional, y junto a ABC de Sevilla, el diario decano de la prensa de Madrid, cuenta con ediciones en Toledo, Córdoba, Cataluña, Castilla y León y Comunidad Valenciana, además de su edición digital (abc.es), disponible en la red desde septiembre de 1995.

Igualmente, y junto a ABC diario, aparece todos los domingos, y con periodicidad semanal Blanco y Negro (ByN), revista cuyo primer número salieron a la calle el 10 de mayo de 1891 y que desde el 6 de marzo de 1988 se imprime como suplemento dominical de ABC. ByN fue el sustituto de "Los Domingos de ABC", el primero de los suplementos de la prensa

española que se editaba desde 1968.

Otros suplementos de ABC, que con carácter semanal se incluyen como separata dentro del diario son: "ABC Cultural", que en 1991 se denominó "ABC Literario" y que en 1994 se editó en "CD-Rom", soporte utilizado por primera vez por un medio de comunicación español y al que siguen: "ABC Guía de Madrid", que se edita desde 1999, al igual que "ABC Nuevo Trabajo" y "ABC Salud".

Asimismo, pero destinado a la información religiosa se edita con ABC, desde 1995, el suplemento "Alfa y Omega" con una periodicidad semanal al igual que: "ABC Inmobiliario", "ABC Economía", "Mujer de Hoy", "Los Domingos de ABC" y "ABC Zona Disney", este último destinado a los más pequeños.

El 16 de julio de 1999 salió a la calle, también junto al rotativo madrileño, un suplemento especial suelto de 47 páginas llamado "ABC Madrid", antes incluido dentro del periódico. En esa ocasión, el motivo fue la puesta en marcha del "Proyecto 2000", un plan de modernización técnica llevado a cabo por la editora del periódico. Desde esa fecha el nuevo "ABC" tiene, a diferencia del anterior, un carácter más gráfico, mayor amplitud de mancha (dos centímetros más de alto y uno y medio de ancho) y ofrece fotografías en el interior.

Posteriormente, y convertido en columna vertebral del Grupo Prensa Española, constituido en junio de 2000 por ABC Prelosa, Globalia y "E-Media", el decano de la prensa de Madrid y ABC de Sevilla son desde el 18 de septiembre de 2001 una unidad de negocio con "estatuto jurídico especial" dentro del Grupo Correo Prensa Española, surgido tras la fusión entre Prensa Española y el Grupo Correo de Comunicación.

Ubicado desde 1989 en la madrileña calle de Luca de Tena, número 7, el diario decano de la prensa de Madrid tuvo desde 1899 su sede en un edificio de la calle de Serrano, en el centro de Madrid, hoy convertido en superficie comercial.

Tras 114 años de historia, ABC se mantiene fiel a sus principios.

Se conoce que ni el cambio de gobierno, ni el cambio en la dirección han provocado giros drásticos en las columnas del periódico, de hecho, leyendo a algunos de sus columnistas sería difícil intuir alguna diferencia entre la situación actual y la de hace tres o cuatro años. Los columnistas del diario son siempre enemigos furibundos del PSOE, Felipe González, CiU, Jordi Pujol, PNV y Xavier Arzalluz. Así, la mayor parte de artículos del periódico giran en torno a estos partidos y personajes, a los que se critica no sólo por hechos de actualidad, sino también por su pasado reciente del PNV. Estos son algunos de los articulistas más destacados del diario y sus secciones:

Jaime Campmany. Escenas Políticas. Artículos en prosa o verso donde critica duramente al Partido Socialista y comenta acontecimientos de actualidad en un tono a caballo entre lo literario y lo grosero. Su supuesta gracia se basa en su discutible buen gusto y su ideología, bastante próxima, si no al franquismo, sí al conservadurismo más rancio.

José María Carrascal. Postales. Fino analista político, de carácter liberal, muy crítico con la corrupción socialista y con los nacionalismos. Gran conocedor de la sociedad americana y admirador de la misma, a la que cita como ejemplo en numerosas cuestiones. Muy crítico con los regímenes comunistas.

Alfonso Ussía. Cosas que pasan. En sus artículos trata desde la actualidad política, hasta el elogio y crítica personal de personajes públicos, pasando por hechos curiosos de la cotidianidad. Tiene decenas de diatribas contra Arzalluz y Setién, blancos favoritos de su ira antinacionalista.

Lorenzo Contreras y Alejandro Muñoz Alonso: Tienen como tema constante la crítica a los nacionalismos, secundariamente también al PSOE.

Manuel Barrios. El baratillo. Años después sigue con la corrupción en la Expo

El diario ABC siendo uno de los más antiguos de España, ha dado un salto de gigante en el mundo de las nuevas tecnologías y la Web 2.0 al presentar el acceso a toda su hemeroteca a través de internet. En el mes de septiembre de 1995, aparece la edición digital del diario Abc.es.

Desde ahora, cualquier internauta, armado sólo con su navegador web, podrá acceder al enorme fondo documental del periódico, compuesto por más de cinco millones de documentos en los que se condensa su centenaria historia.

Desde la hemeroteca del diario se pueden ver hitos del periodismo, así como acceder a las crónicas de los acontecimientos clave de la historia de España, como el atentado a Alfonso XIII que se convirtió en la primera exclusiva gráfica de la historia, o la duplicidad de contenidos que vivió el ABC durante la Guerra Civil, con una cabecera para cada bando enfrentado en la contienda.

En el caso, esta investigación se buscó información sobre varios temas, la información que fue encontrada en la red, gracias a la digitalización del periódico, y sobre todo la de sus suplementos fue muy fácil de encontrar.

La digitalización y puesta en línea de la página Web del diario, supone un paso más hacia la libertad y democratización de la información en la sociedad del siglo XXI, un desarrollo tecnológico que habilita al ciudadano para conseguir y contrastar información de la historia de España de una manera sencilla, interactiva y rápida. Además la página Web del diario ABC de España, es muy interactiva, características que podrán ser evidenciadas en la investigación que he realizado del diario en el siguiente capítulo.

Gráfico N°. 2.7. Edificio del Diario ABC.es



Fuente: Galería del Diario ABC.es

2.2 METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACION

Las técnicas utilizadas para la investigación y análisis de los diarios son:

2.2.1 Revisión Bibliográfica: Se realizó un análisis completo de los principales términos y servicios que brinda la herramienta Web 2.0, ya que para la investigación y análisis de los diarios en su edición digital, se necesitaba una comprensión clara de los términos que se utilizan, para entender sus funciones dentro de las páginas Web de los mismos.

2.2.2 Observación Directa Participante: Se utilizó esta técnica para el análisis de los diarios, es decir a través de la observación de los medios tanto impresos como digitales, Esta observación se la realizó ingresando a todas las secciones de los diarios y utilizando todas las funciones que estos presentan.

2.2.3 Entrevistas: Estas fueron realizadas a los personajes mas relacionados con el tema de esta investigación y fueron formuladas una vez que se terminó con el análisis de los diarios, de esta forma se tenía un panorama mas claro y se podía determinar con mas profundidad lo que nos hacía falta para la investigación.

Una vez que fueron determinadas las preguntas para los entrevistados, se procedió a enviar un email a los medios, para que permitan o faciliten la elaboración de las mismas, en el caso de Diario El Telégrafo, se las realizó a través de correo electrónico, es importante recalcar las facilidades que presentaron los miembros que trabajan en este medio.

En cuanto al Diario ABC.es, nunca dio una respuesta al requerimiento y no se logró realizar las entrevistas.

2.2.4 Análisis de contenido: Se realizó un análisis de los contenidos tanto del diario El Telégrafo, como del ABC.es, en sus ediciones impresas y digital, para lo cual se tomo en cuenta la semana compuesta.

Las tablas cualitativas fueron realizadas en horarios diversos durante los meses de agosto, septiembre y octubre, para realizar las tablas cuantitativas se estableció el horario de 20:00 en adelante.

La semana compuesta fue determinada con las siguientes fechas:

| FECHA | Diarios |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Lunes 10 de Agosto 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Martes 18 de Agosto 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Miércoles 26 de Agosto 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Jueves 3 de Septiembre del 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Viernes 11 de Septiembre del 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Sábado 19 de Septiembre del 2009 | El Telégrafo y ABC.es |
| Domingo 27 de Septiembre del 2009 | El Telégrafo y ABC.es |

Las fechas fueron determinadas de acuerdo a los días de la semana, en este caso inició un lunes de la segunda semana de agosto y se terminó con el día domingo de la cuarta semana de septiembre, el por qué se toma estas fechas, o estos días de referencia, es con la intención de tomar en cuenta cuales son los cambios que realizan los diarios de un día a otro, de una semana a otra, y con que frecuencia actualizan su información.

Una vez determinada la semana compuesta, se procedió a la recolección de datos a través de tablas cualitativas y cuantitativas en las cuales se registraba toda la información que se presenta en los diarios, tanto impreso como digital.

En el caso de las tablas cuantitativas, los datos fueron analizados y recopilados en el horario de las 20:00 horas. En las fechas antes descritas, y él en caso de las tablas cualitativas se determino un horario de acuerdo a las facilidades del investigador.

Para el diario impreso la recolección de datos en las tablas cuantitativas fue más sencilla, mientras que en el digital, recoger los datos de la tabla cualitativa llevó más tiempo debido a la cantidad de opciones y servicios que estos ofrecen a sus usuarios.

Una vez recogidos los datos en la tabla cuantitativa se procedí a realizar una sola tabla a manera de síntesis para realizar los cuadros comparativos y pasteles

CAPITULO III

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

En este capítulo se presentará una síntesis de la información obtenida en las tablas cuantitativas, se analizarán las tablas cualitativas y las entrevistas que fueron realizadas únicamente al diario el Telégrafo, la representación gráfica de los resultados facilitará su comprensión y permitirá conocer de manera didáctica el manejo que los diarios investigados dan a la información y el uso de herramientas web en su medio digital.

3.1.1 DIARIO EL TELEGRAFO: VERSIÓN DIGITAL Y VERSION IMPRESA

Los temas predominantes en Diario El Telégrafo, tanto en su edición impresa como digital son los que se encuentran en las secciones de actualidad, Mundo, Policial y Deportes.

Los temas que se tratan en la sección de actualidad son los que se refiere a noticias de trascendental importancia para el país, especialmente con los referentes a las decisiones tomadas por parte del presidente de la República el Eco. Rafael Correa. Otros temas importantes que se abordan en esta sección son los que tiene que ver con la seguridad del territorio; las manifestaciones que afectan al normal desenvolvimiento de la sociedad y temas que de una u otra manera pueden cambiar el rumbo de la historia de nuestro país.

Por otro lado, generalmente las noticias que se encuentran en la sección de Mundo, son las que tienen que ver con acontecimientos a nivel internacional, tanto en la edición impresa como digital, se da prioridad a las noticias de otros países, se pudo observar en este diario que las noticias internacionales no se dividen de acuerdo al origen de las mismas, es decir no se las califica como crónica o política, sino que se encuentran dentro de un mismo bloque.

En tercer lugar en el diario se encuentran las noticias de la sección Policial, la información que se presenta no es de tipo sangriento o de crónica roja, más bien informativa preventiva para el lector.

Tendencia del Diario El Telégrafo

La tendencia de este diario es de centro derecha, expone sus críticas en el área política con tendencia a la globalización, no se dirige en contra del gobierno en sus dos ediciones, al contrario informa a los ciudadanos acerca de las decisiones tomadas por el gobierno actual.

Temas ausentes en el Diario El Telégrafo

El telégrafo trata temas a nivel general sin embargo debería dar prioridad a los temas nacionales destacando noticias positivas que se presenten ya sean sociales, culturales, de salud, si se da más énfasis a este tipo de noticias se puede crear una actitud positiva en los usuarios, a demás considero que se debería profundizar más en temas concernientes a la economía del país, debido a la necesidad que tenemos los ecuatorianos de estar al tanto de este tema necesario día a día y que en este medio queda en un segundo plano de importancia como podemos observar en las tablas del siguiente apartado.

Cifras representadas en porcentajes y gráficos

Se hace una presentación grafica de lo antes expuesto, para apreciar en qué porcentaje se presentan el manejo de las noticias en la edición Impresa y en la edición digital del Telégrafo.

3.1.1.1 Secciones

En cuanto al número de noticias por sección es clara la diferencia que existe entre el medio impreso y el digital, la información que presenta el diario digital posee más noticias que la impresa sin embargo, las noticias del medio digital son en su mayoría de fechas pasadas y sirven de relleno.

Pude observar también que son muy pocas las noticias creadas en la página web exclusivamente para ella, porque en su mayoría la información encontrada es añadida del diario impreso, conclusión que fue acertada por Vittorio Dormi, Webmaster del Telegrafo,³ quien manifestó que los contenidos dentro del diario digital se forman “*En parte del diario impreso y también con noticias añadidas al portal.*”

En la portada de la versión digital existe un lugar llamado firmas ancla en donde hay opiniones de diferentes personas, sobre temas diversos esto podría ser una variable, ya que en la versión impresa del medio no es frecuente este apartado, pero cabe mencionar que en la versión digital la mayoría de firmas ancla son de fechas pasadas.

EDICION IMPRESA

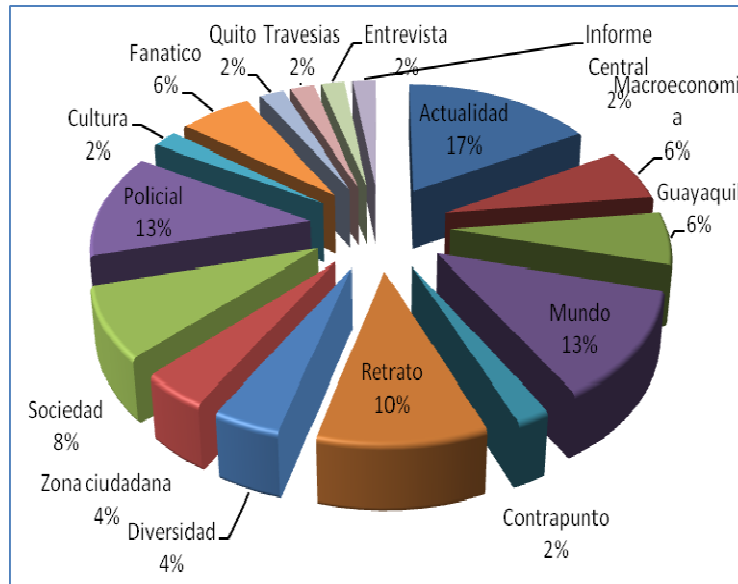
| SECCIONES | Número de noticias |
|-----------------|--------------------|
| Actualidad | 8 |
| Mundo | 6 |
| Policial | 6 |
| Retrato | 5 |
| Sociedad | 4 |
| Macroeconomía | 3 |
| Guayaquil | 3 |
| Fanático | 3 |
| Diversidad | 2 |
| Zona ciudadana | 2 |
| Contrapunto | 1 |
| Cultura | 1 |
| Quito | 1 |
| Travesías | 1 |
| Entrevista | 1 |
| Informe Central | 1 |

EDICION DIGITAL

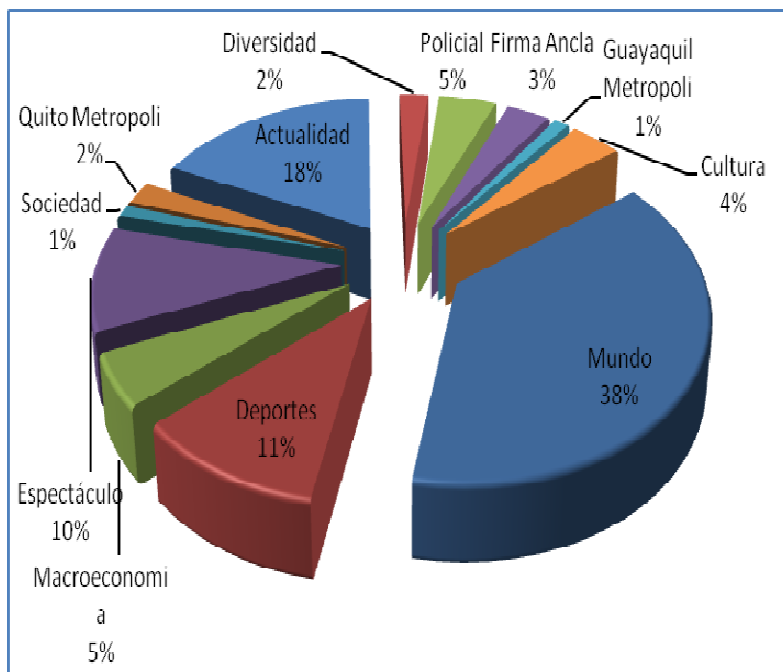
| SECCIONES | Número de noticias |
|---------------------|--------------------|
| Mundo | 68 |
| Actualidad | 31 |
| Deportes | 19 |
| Espectáculo | 18 |
| Macro economía | 9 |
| Policial | 8 |
| Cultura | 7 |
| Firma Ancla | 6 |
| Quito Metrópoli | 4 |
| Diversidad | 4 |
| Sociedad | 2 |
| Guayaquil Metrópoli | 2 |

³ Entrevista realizada a Vittorio Drmi, Webmaster del diario El Telégrafo

EDICION IMPRESA



EDICION DIGITAL



3.1.1.2 Fuentes

Fuente puede ser cualquier persona, entidad, documento que entrega información al periodista para que pueda realizar su noticia, o género informativo.

El lector debe encontrar facilidades para identificar el personaje que ha dado su testimonio para la noticia, esta es una forma en la que el medio obtenga credibilidad por ello es necesario que la fuente este bien citada.

Se concluye esto analizando las noticias en las páginas internas de ambos diarios y prestando mucha atención en la lectura de acuerdo a los ejemplos siguientes.

Fuentes directas

El canciller Fander Falconi afirmó ayer que un principio básico que Ecuador pide a Colombia para establecer un diálogo que lleve a reanudar las relaciones diplomáticas....

Tomado del diario impreso del 18 de agosto del 2009, sección Actualidad

Instituciones Públicas:

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) informa que habilitará desde este sábado un nuevo call center....

Tomado del diario impreso del 18 de agosto del 2009, sección Tema del Día

Instituciones Privadas

Según la WWF el derretimiento del Ártico provocará inundaciones que afectarán al 25% de la población a final de siglo

Tomado del diario impreso de 3 de septiembre del 2009, sección Mundo

Documentales

Estas fuentes aportan al periodista en su redacción de la noticia y pueden ser, libros, textos, documentos privados o públicos,

EDICION IMPRESA

EDICION DIGITAL

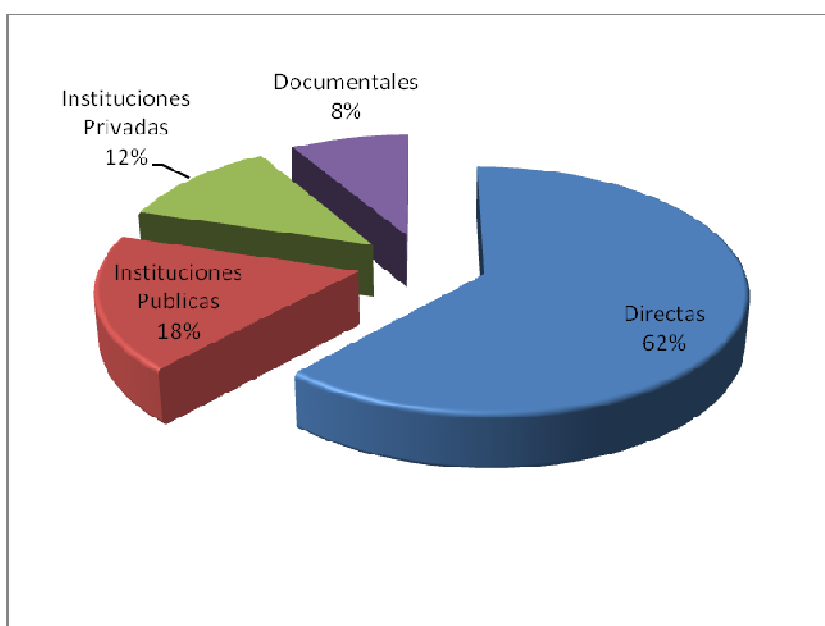
| FUENTES | NUMERO |
|------------------------|--------|
| Directas | 25 |
| Instituciones Publicas | 7 |
| Instituciones Privadas | 7 |
| Documentales | 7 |

| FUENTES | NUMERO |
|------------------------|--------|
| Directas | 110 |
| Instituciones Publicas | 32 |
| Instituciones Privadas | 21 |
| Documentales | 15 |

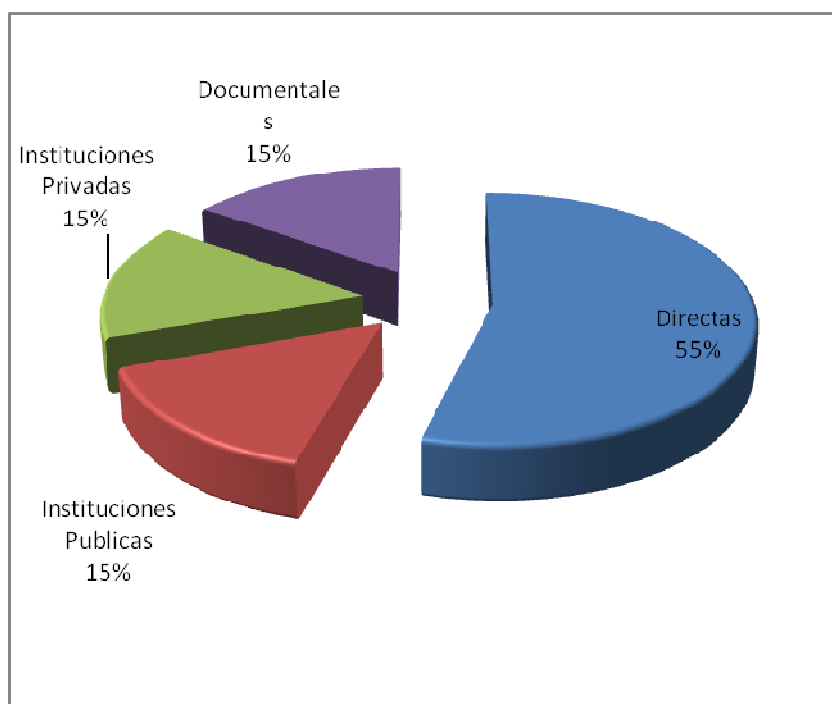
La fuente citada con mayor porcentaje tanto en el medio impreso como en el digital es la directa, en segundo lugar se encuentran las Instituciones Públicas, estas son fuentes que aparecen fundamentalmente a través de sus propios comunicados y que suelen tener un acceso directo a los medios.

En el diario impreso las fuentes públicas, privadas y documentales se encuentran en igual número, mientras que en el digital a partir del tercer lugar están en el siguiente orden: públicas, privadas y documentales.

DIARIO DIGITAL



DIARIO IMPRESO



3.1.1.3 Género

Los géneros periodísticos son utilizados en los periódicos para contar cosas de actualidad, para determinar el tipo de género utilizado o con mayor presencia en las portadas de los diarios investigados, se tomó en cuenta dentro de la recolección de datos algunos conceptos que podemos ubicar en el siguiente link:

http://comunicacion.idoneos.com/index.php/352599#La_Cr%C3%B3nica

- La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita interés público.
- El reportaje es un relato que describe un hecho sin incluir opinión o valoración del periodista.
- La entrevista como la reproducción de una conversación entre entrevistado y entrevistador.

- La crónica como un relato detallado de a cuerdo a como se desarrollaron temporalmente los acontecimientos.
- La columna es un espacio fijo y periódico en un medio.
- El editorial es el género mediante el cual la publicación (el diario, la revista) da a conocer sus puntos de vista sobre determinado acontecimiento.
- Las notas informativas parten de los acontecimientos que se consideran noticia y constituye el género básico de los géneros periodísticos
- En la opinión los periodistas dan su opinión sobre temas diversos de la actualidad, a menudo esto se hace a través de columnas y artículos.
- La reseña es un género que permite informar a la vez que realiza una crítica.

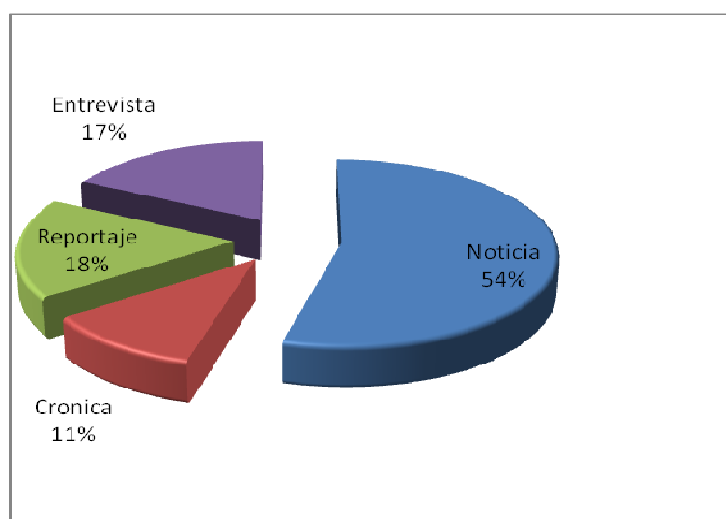
EDICION IMPRESA

| GENERO | NUMERO |
|------------|--------|
| Noticia | 25 |
| Reportaje | 8 |
| Entrevista | 8 |
| Crónica | 5 |

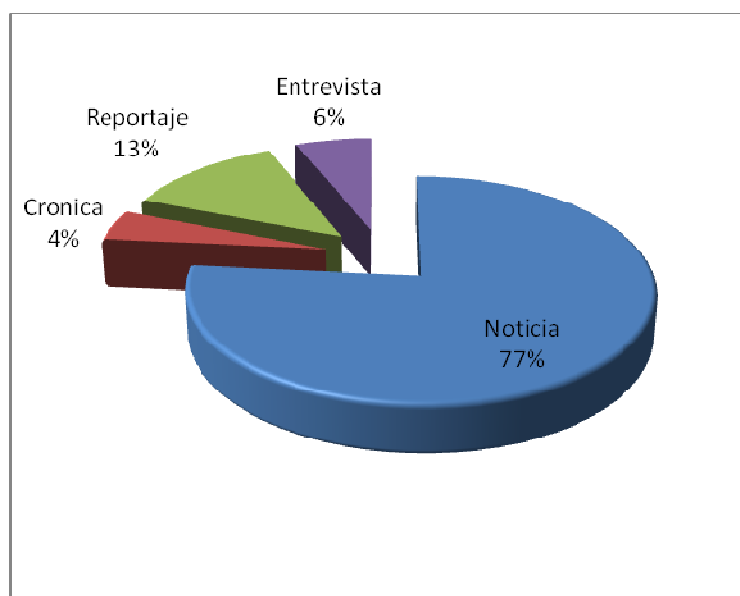
EDICION DIGITAL

| GENERO | NUMERO |
|------------|--------|
| Noticia | 137 |
| Reportaje | 23 |
| Entrevista | 11 |
| Crónica | 8 |

EDICION IMPRESA



EDICION DIGITAL



Como se puede apreciar en los gráficos el género que más presencia tiene tanto en el medio digital como en el impreso es la noticia seguido por el reportaje, cabe recalcar que este análisis fue hecho en base a la portada de los dos diarios y que en la versión impresa como en la digital los contenidos son en su mayoría similares, puedo determinar con estos gráficos que el Telégrafo es un diario netamente informativo, y que el manejo de géneros es similar en ambas versiones.

3.1.1.4 Imagen:

En este apartado se encuentra gran diferencia en medio digital y medio impreso debido a que internet permite al medio digital ofrecer mayor cantidad de imágenes a diferencia del medio impreso que solo puede ofrecer fotografías a blanco y negro, a color, caricaturas, he

ilustraciones, razón por la cual los resultados obtenidos en estos cuadros muestran contrastes tan grandes.

El diario digital utiliza un 69% de fotografías a color el diario impreso un 59 %. Seguido de fotografías blanco y negro y caricaturas.

Se determina que el Telégrafo no aprovecha todos los recursos audiovisuales en su medio digital dejando de lado los videos y las infografías, a demás la mayoría de fotos localizadas en este diario son tomadas de la versión impresa, las portadas de la versión impresa por otra parte poseen pocas fotografías no pasan de 4 y generalmente están en la misma posición. Una grande en el centro y dos o una foto a color pequeña en la parte inferior, una blanco y negro ubicada en la parte superior a la derecha, en este punto es importante mencionar que La fotografía debería ocupar un puesto fundamental en los periódicos digitales, donde gracias a su cada vez mayor presencia y experimentación con nuevas narrativas multimedia contribuye notablemente a la visión que dan los medios de comunicación de la actualidad.

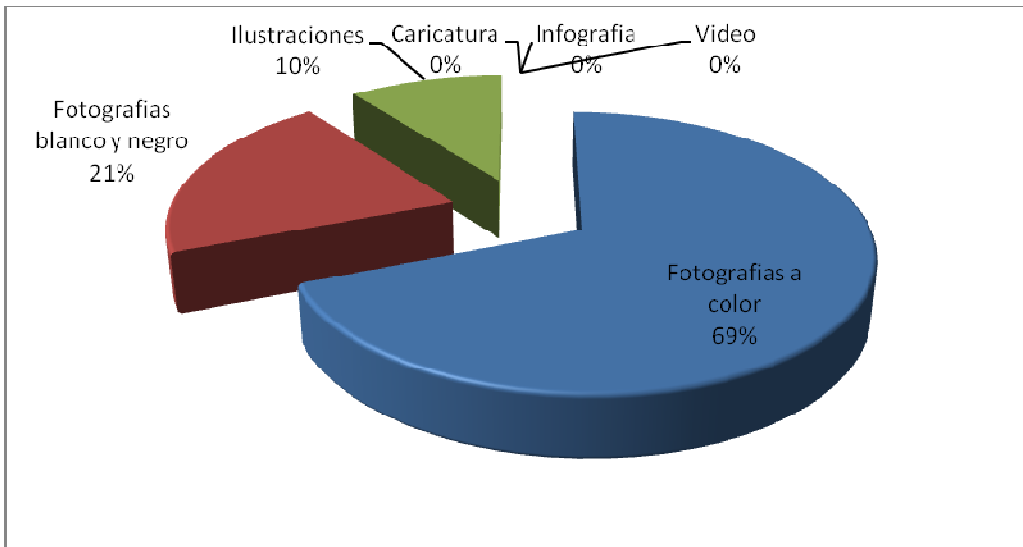
EDICION IMPRESA

| IMAGEN | Número |
|----------------------------|--------|
| Fotografías a color | 20 |
| Fotografías blanco y negro | 6 |
| Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 |
| Infografía | 0 |
| Video | 0 |

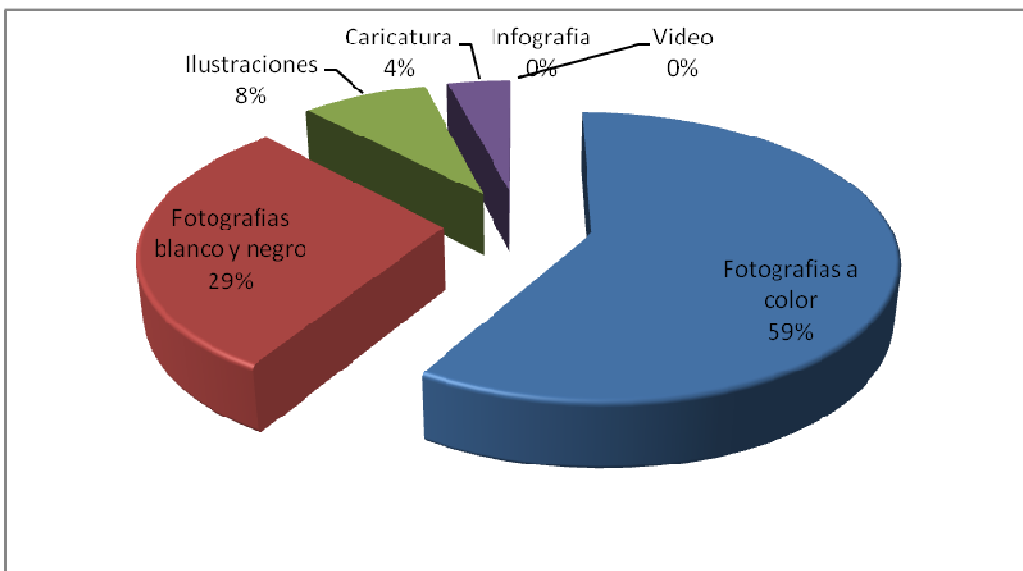
EDICION DIGITAL

| IMAGEN | NUMERO |
|----------------------------|--------|
| Fotografías a color | 102 |
| Fotografías blanco y negro | 51 |
| Ilustraciones | 14 |
| Caricatura | 7 |
| Infografía | 0 |
| Video | 0 |

EDICION IMPRESA



EDICION DIGITAL



3.1.2 DIARIO ABC.ES DE ESPAÑA: VERSIÓN DIGITAL Y VERSION IMPRESA

En este apartado analizaremos al diario abc.es de España de acuerdo a los datos obtenidos durante la semana compuesta con la finalidad de descubrir la manera en que este diario maneja su información tanto en la edición digital y como en la impresa. La versión online me pareció muy completa,

Las principales noticias que se encuentran en este diario son de corte político, por lo cual se puede apreciar que este diario da gran prioridad a lo que acontece dentro de su país, en el aparecen también noticias de actividades terroristas.

Con frecuencia en su portada existen noticias referentes a las decisiones adoptadas por el presidente José Luís Rodríguez Zapatero, presidente electo de la República de ese país.

Tendencia del diario ABC de España

Este diario informa prioritariamente los acontecimientos de su país pero no descuida la información y el acontecer internacional, sus noticias no consideran, ideologías, etnias o grupos sociales se muestra con tendencia pluralista.

Temas ausentes en el Diario ABC de España

Después del análisis de los datos obtenidos en las tablas cuantitativas de este diario, se pudo observar que los temas que se encuentran menos son de actualidad y sociedad en el diario impreso, pero en el diario digital, se presentan en mayor cantidad.

Cifras representadas en porcentajes y gráficos

Se hace una presentación más grafica de lo antes expuesto, para apreciar en qué porcentaje se presentan el manejo de las noticias en la edición Impresa y en la edición digital del ABC..

3.1.2.1 Secciones

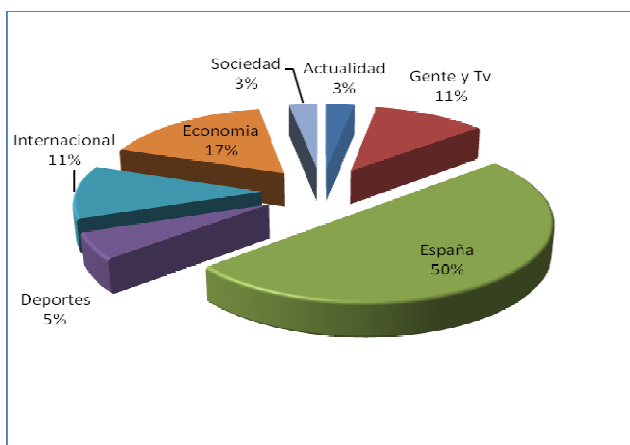
EDICIÓN IMPRESA

| SECCIONES | Número de noticias |
|---------------|--------------------|
| España | 18 |
| Economía | 6 |
| Gente y Tv | 4 |
| Internacional | 4 |
| Deportes | 2 |
| Actualidad | 1 |
| Sociedad | 1 |

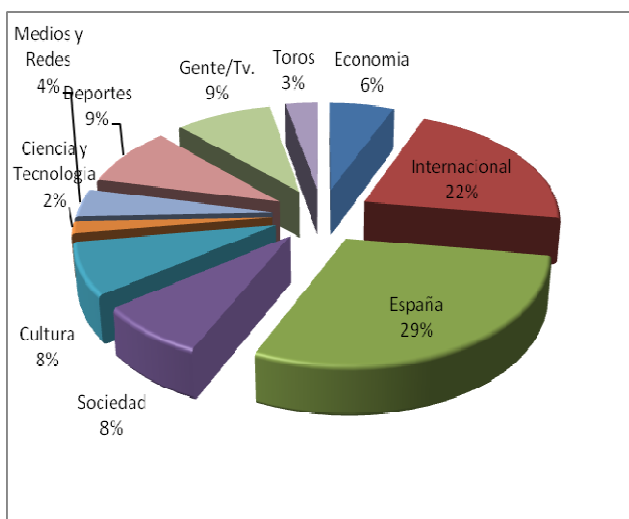
EDICIÓN DIGITAL

| SECCIONES | Numero de noticias |
|----------------------|--------------------|
| España | 48 |
| Internacional | 35 |
| Deportes | 15 |
| Gente/Tv. | 15 |
| Sociedad | 13 |
| Cultura | 13 |
| Economía | 10 |
| Medios y Redes | 7 |
| Toros | 5 |
| Ciencia y Tecnología | 3 |

EDICIÓN IMPRESA



EDICIÓN DIGITAL



Las noticias que aparecen en el diario ABC de España son en su gran mayoría del país Ibérico dando mucha importancia a su país.

En este apartado en la versión impresa las noticias dedicadas a España se presentan en un 50%, mientras que en la edición digital el 29 % de noticias son dedicados a España y el 22 % siguiente son internacionales, se puede ver además en los cuadros que los porcentajes del medio impreso y del medio digital varían por la cantidad de noticias presentadas en cada sección.

En la portada del diario digital hay mayor cantidad de secciones presentes y el número de noticia por sección es mayor que el del medio impreso, desde esta página se puede acceder a noticias de España, sección internacional, sociedad, cultura, noticias Madrid, actualidad, deportes opinión, economía gente TV que presenta información y noticias de farándula y famosos,, en esta página si una noticia es relevante ocupa un espacio durante más tiempo.

3.1.2.2 Fuentes

Se tomaron en cuenta los mismos puntos mencionados en el apartado del diario el telégrafo.

EDICION IMPRESA

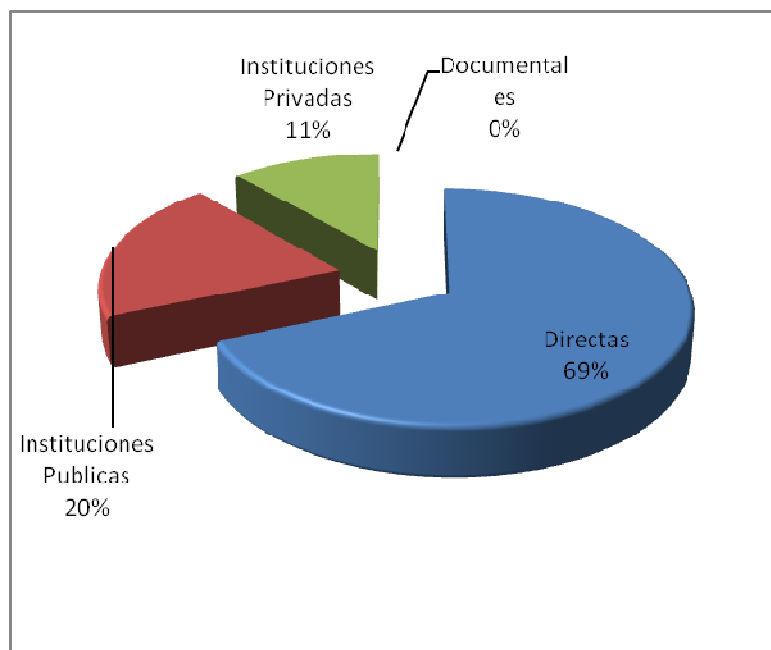
| FUENTES | NUMERO |
|------------------------|--------|
| Directas | 24 |
| Instituciones Publicas | 7 |
| Instituciones Privadas | 4 |
| Documentales | 0 |

EDICION DIGITAL

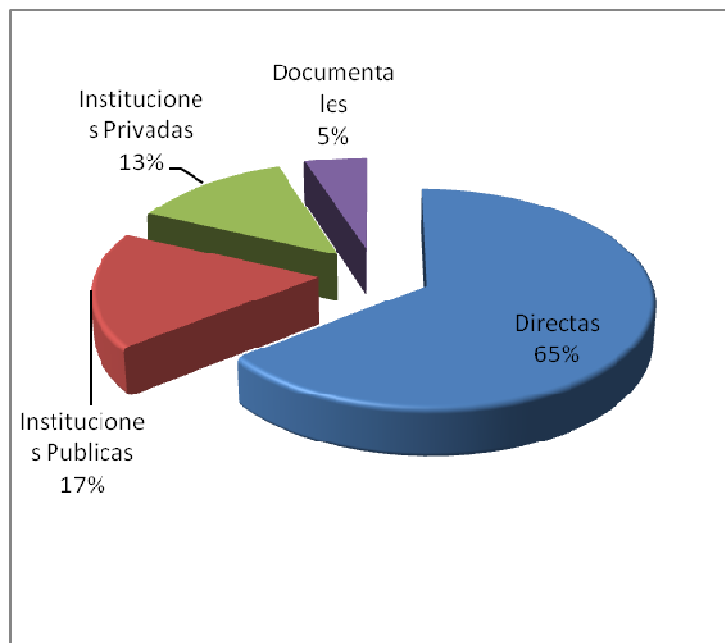
| FUENTES | NUMERO |
|------------------------|--------|
| Directas | 89 |
| Instituciones Publicas | 24 |
| Instituciones Privadas | 18 |
| Documentales | 7 |

Con estos resultados se obtiene que la edición impresa y la digital del ABC tienen un porcentaje alto en el uso de fuentes directas, un 69% la edición impresa y un 62% la edición digital seguidos por Instituciones Públicas, Instituciones Privadas y Documentales, en las noticias presentadas dentro de las portadas del diario impreso se presenta 0% de uso de fuentes documentales.

EDICION IMPRESA



EDICION DIGITAL



3.1.2.3 Géneros

En las portadas del ABC impreso y digital se ubican los siguientes géneros en orden de importancia, con mayor porcentaje la noticia, seguido del reportaje, la crónica en el medio digital es utilizada en un 12% mientras que en el medio impreso un 0%, con estos datos se puede afirmar que este diario es informativo.

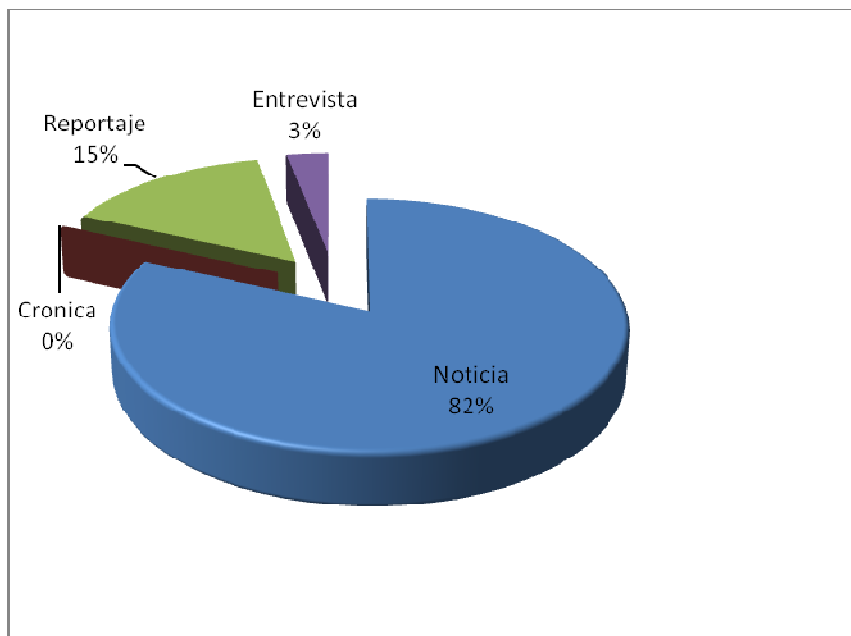
EDICION IMPRESA

| GENERO | NUMERO |
|------------|--------|
| Noticia | 27 |
| Reportaje | 5 |
| Entrevista | 1 |
| Crónica | 0 |

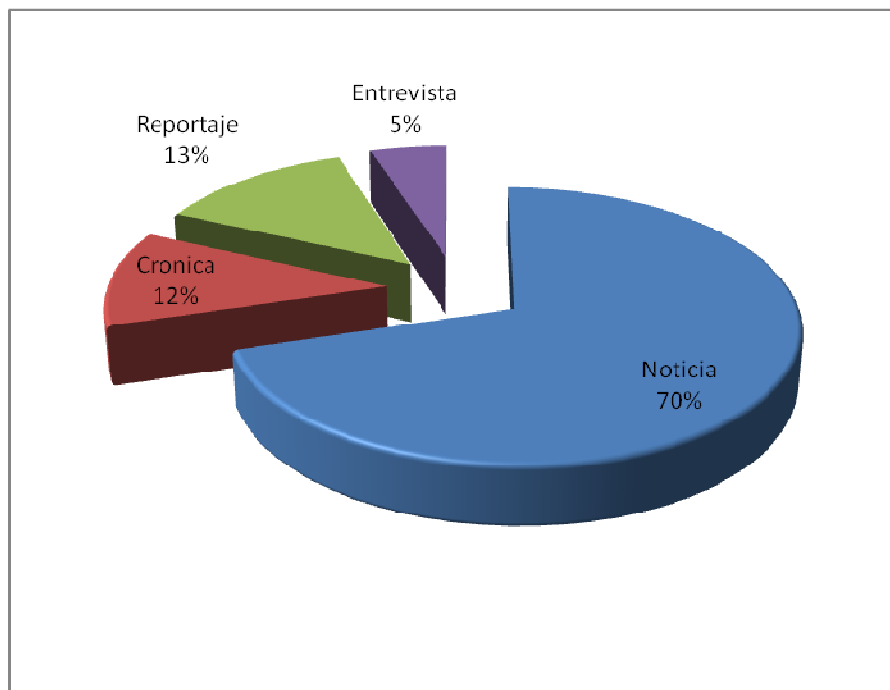
EDICION DIGITAL

| GENERO | NUMERO |
|------------|--------|
| Noticia | 97 |
| Reportaje | 18 |
| Crónica | 16 |
| Entrevista | 7 |

EDICION IMPRESA



EDICION DIGITAL



3.1.2.4 IMAGEN:

EDICION IMPRESA

| IMAGEN | NUMERO |
|----------------------------|--------|
| Fotografías a color | 14 |
| Ilustraciones | 10 |
| Fotografías blanco y negro | 0 |
| Caricatura | 0 |
| Infografía | 0 |
| Video | 0 |

EDICION DIGITAL

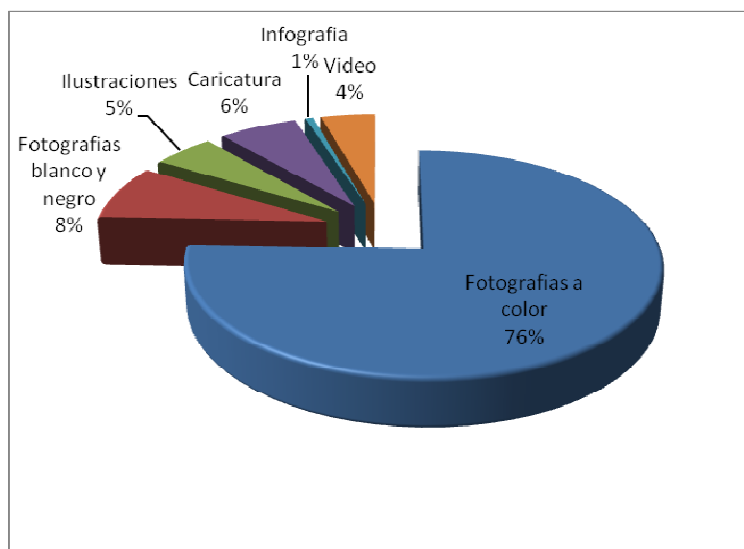
| IMAGEN | NUMERO |
|----------------------------|--------|
| Fotografías a color | 121 |
| Fotografías blanco y negro | 13 |
| Caricatura | 10 |
| Ilustraciones | 8 |
| Video | 7 |
| Infografía | 1 |

En la edición impresa, el 58% de fotografías que se muestran en el diario son a color, sin lugar a duda, se puede afirmar que este diario tiene gran interés por mantenerse al día con la tecnología actual, en un 42 % se ocupan las ilustraciones que permiten transmitir con mayor eficacia datos de interés de la noticia, esto es un buen recurso en el medio impreso para que llame la atención del lector promoviendo en el continuar documentándose en el mismo texto o sobre el tema, se puede apreciar que este diario busca recursos para atraer al público usando apoyos que contextualizan las noticias.

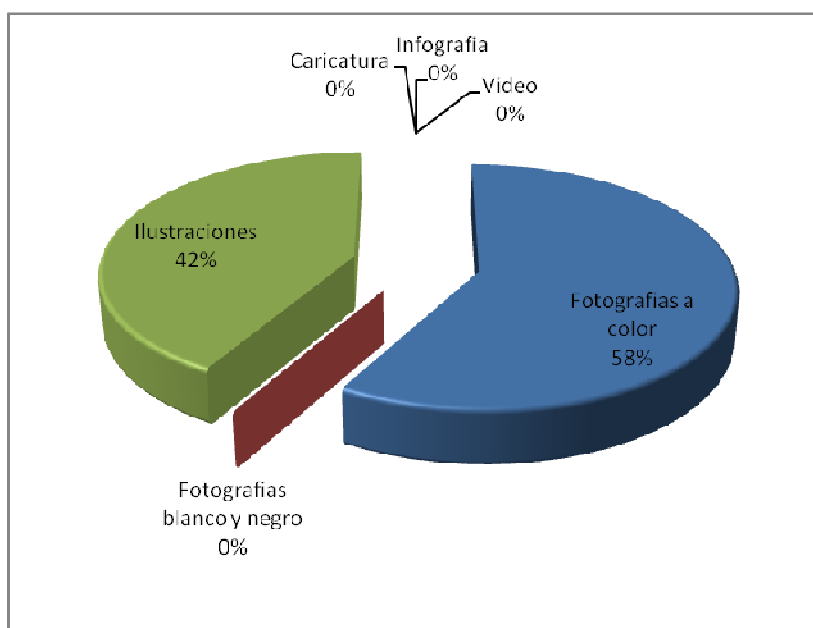
El diario digital aprovecha todas las opciones de imágenes posibles y en gran cantidad como podemos apreciar los cuadros de datos ubicados en la parte superior, la portada del diario digital del ABC posee gran riqueza visual combina productos multimedia con textos, sonido e imágenes.

Se determina que este diario se beneficia de la Tecnología aprovechando sus potencialidades comunicativas visuales.

EDICION DIGITAL



EDICION IMPRESA



3.1.3 ANALISIS DE TABLAS CUALITATIVAS DE LOS DIARIOS EL TELEGRAFO Y ABC.

Realizando una comparación entre el diario digital del ABC y El Telégrafo puedo concluir que el Telégrafo no hace uso de todas las posibilidades que las herramientas web 2.0 brinda mientras que ABC tiene un página muy completa.

El Telégrafo podría ser un gran empuje para el resto de medios nacionales que quieran tener pautas de hacia dónde deben caminar en sus ediciones para ir cambiando el clásico modelo de noticias hacia el nuevo panorama digital, sin embargo al tener falencias en el momento de la interactividad con el usuario, pierde su atractivo y anula la posibilidad de competir con otros medios, en la entrevista realizada a Javier López⁴, manifiesta, que *“el personal no ha recibido capacitación sobre el manejo de medios digitales”*.

Por otro lado ABC mantiene una página interactiva, con el uso constante de videos y otro tipo de herramientas logra tener una oferta en servicios es muy extensa.

En cuanto a la publicidad puedo manifestar que el Telégrafo no se presenta con mayor presencia, pero en ABC los contenidos publicitarios pueden resultar incómodos, porque demoran el acceso a la información.

3.1.3.1 Interactividad

El Telégrafo

En el diario El telégrafo las posibilidades de interactuar son casi nulas a excepción de los comentarios que se pueden hacer en los foros, no brinda ninguna posibilidad de blogs, no existe presencia en flicker, ni en canales de youtube ni en wikis, en cuanto a las redes sociales, Vittorio Dormi webmaster de El Telégrafo en su entrevista comentó que “El diario tiene 2 cuentas en las redes sociales: Twitter y Facebook que son las más conocidas y usadas alrededor del mundo.” Y anunció la posibilidad de añadir el uso de blogs en el diario digital.

⁴ Javier López Periodista de Cultura del diario El Telégrafo

En el siguiente gráfico podemos ver la opción de twitter.



Fuente; <http://www.eltelegrafo.com.ec>

Cabe mencionar que la presencia en Twitter es únicamente con titulares web.

No existe contenido de enlaces favoritos, El usuario puede comunicarse por medio de cartas al Director, o al correo de cualquier periodista ingresando a contáctenos, donde se despliega un listado con todos los correos electrónicos, puedo manifestar que si existe reciprocidad en el envío de mensajes.

En cuanto a la personalización de la comunicación no se pueden hacer cambios en la portada, no se puede ampliar ni reducir texto ni imágenes, el diario digital viene con una presentación de portada larga, posee versión html solo texto y se encuentra en la parte inferior izquierda de la página.

Posee también RSS para poder syndicar o suscribirse a contenido categorizado para mejorar la personalización (aunque el banner no tiene un enlace a la personalización por secciones).

RSS

El Telégrafo incorpora en su portal la tecnología RSS (Rich Site Summary o distribución sencilla de contenidos) para facilitar el acceso a la actualización de las noticias de interés.

Para utilizar RSS, se necesita un programa de software llamado lector de noticias (news reader), siendo gratuitos gran parte de ellos. Sólo es necesario acceder a la página web, descargarlo e instalarlo en una computadora.

Cada vez que alguna de nuestras secciones tenga una nueva noticia, será notificado de forma automática por su lector RSS.

Secciones Disponibles

- Portada
- Últimas noticias
- Página Dos
- Zona Ciudadana
- Zona Diversidad
- Economía Solidaria
- Opinión
- Retrato
- Tema del Día
- Macroeconomía
- Política
- Mundo
- Provincias
- Quito Metropolitano
- Guayaquil Metropolitano
- Deportes
- Sociedad
- Cultura
- Espectáculos

LECTORES DE RSS

Windows

- SharpReader (www.sharpreader.com)
- RSSReader (www.rssreader.com)
- AmphetadDesk (www.disobey.com/amphetaddesk)
- FeedReader (www.feedreader.com)
- Awasu (www.awasu.com)

Mac OS X

- NetNewsWire (www.ranchero.com/netnewswire)
- NewsItac (www.thinkmac.co.uk)
- AmphetadDesk (www.disobey.com/amphetaddesk)

Pocket PC

- PocketRSS (www.happyjackread.net)
- MobiPocket (www.mobipocket.com)
- NewsMob (www.newsmob.com)

Linux

- Straw (www.nongnu.org/straw)
- Syndicator (http://syndicator.sourceforge.net)
- AmphetadDesk (www.disobey.com/amphetaddesk)

Palm OS

- Ticker (http://emvicon.com/#!/index.php)
- MobiPocket (www.mobipocket.com)
- Quick News (http://standalone.com/palmos/quick_news)
- NewsMob (www.newsmob.com)

Macintosh

Fuente; <http://www.eltelegrafo.com.ec>

Posee la opción de bajar el pdf del impreso, el mismo que puede ser descargado gratuitamente.

No tiene versiones para móviles, no tiene versiones regionales, locales, bilingüe, diccionario ni ediciones para discapacitados.

Posee un buscador avanzado en el extremo superior derecho, contiene un mapa de sito, dentro de este mapa llamó mucho la atención un espacio que tiene destinado a participación ciudadana pero no se abre correctamente. No cuenta con nube de tags, no tiene ranking de noticias, las noticias pueden ser reenviadas por correo electrónico y se las puede imprimir.

The screenshot shows a news article on the El Telégrafo website. At the top, there are navigation tabs for 'Tecnología Turismo Deportes', 'Textualidad Tablado Espectáculo', and 'MIRADOR ECONOMIA'. Below the navigation, there are social media sharing options: 'Enviar a un amigo' and 'Imprimir'. The main headline reads 'a 2.555 millones a la economía'. Below the headline is a photograph of a meeting with several people seated around a table. To the right of the article, there are additional options: 'Denuncias', 'Descargar PDF', and 'Canales RSS disponibles'. The website footer includes 'Internet' and a zoom level of '100%'.

Fuente; <http://www.eltelegrafo.com.ec>

ABC

La página online del diario ABC tiene varias maneras de interactuar en cada una de las noticias encontramos opciones como hacer comentarios, también un micro sitio de Video Chat, con un personaje importante ya sea en el área de la salud o dependiendo del tema.

Hay presencia de blogs donde la gente escribe sobre algún tema y otras personas pueden comentar esto, existen foros que permiten comentar noticias o sucesos, se puede enviar un email directamente al editor o cualquier periodista porque existe un listado con sus correos electrónicos, en este medio no se obtuvo respuesta para realizar la entrevista ninguna carta enviada fue respondida, lo que impide una comunicación eficiente con el diario digital

Cada noticia muestra cuantos comentarios tiene hasta el momento y dentro de los comentarios se puede votar a favor o en contra, en la barra inferior hay opción de contactarse con ABC, con las opciones de atención al cliente, suscripciones, publicidad, a demás a cada noticia se puede rectificar, valorar y saber cuántas veces ha sido vista.

Presenta también encuestas que pueden ser comentadas. Entre las redes sociales, encontramos facebook, Windows Live, yahoo ID.

No realizan cobertura en tiempo real, las noticias urgentes y de última hora se presentan de manera muy esporádica, sus contenidos pueden ser enlazados con redes externas, existe un directorio de blogs, presenta la opción de reportes desde twitter, aparecen dos tipos de twitter, urgentes y de coberturas en directo, permite fotos de usuarios de flickr, no permite videos de usuarios de youtube, no hay opción de videos streaming, se puede hacer uso de status o contenido registrándose en el diario.

En cuanto a la personalización y acceso a la información la portada tiene un formato estándar, existe una portada larga, con todas las secciones que ofrece el diario, una ventana de última hora que aparece muy de repente.

Tiene la opción html solo texto, y permite también bajar las portadas en PDF, todas las páginas de la hemeroteca se pueden descargar en formato pdf, y tienen dirección URL única, con lo que es posible enlazar directamente cualquiera de ellas para recomendar a alguien su lectura o para citarla en un blog, en este punto quiero mencionar que bajar el diario completo de ABC lleva mucho tiempo (45 minutos a 1 hora), debido a que se debe seleccionar página por página, a diferencia del telégrafo que es mucho más rápido en este sentido.

El ABC cuenta con una hemeroteca en donde se puede acceder a versiones impresas de épocas pasadas.

3.1.3.2 Multimedialidad

El Telégrafo

El telégrafo tiene una opción de multimedia en su portada, en ella esta una galería con publicaciones de meses atrás, las siguientes opciones no se encuentran en este diario: fotomovil, audiogaleria, audio on streaming, audio on deman, video on streamig, video on demand, video móvil en vivo.

Los gráficos animados interactivo son poco frecuentes y se dan en las noticias más destacadas, no presenta mapas interactivos, las infografías animadas se las encuentra dentro de la opción multimedia.

ABC

El ABC hace uso de todo tipo de imágenes, en su portada siempre hay la presencia de videos, se puede escuchar radio y ver tv.

Presenta una galería animada de noticias, fotogalerías en donde se encuentran las más votadas, las más valoradas, últimas fotografías, o de acuerdo a la categoría se puede añadir nueva fotos, hay presencia también de foto móvil, a estas se las reconoce generalmente por que en la parte inferior o en un extremo dice que son fotos enviadas por ejemplo desde un blackberry.

Audio on streaming en vivo, se puede ingresar directamente a este servicio mediante la ventana de audio que se encuentra en la portada del diario, también se puede escuchar puntoradio.

No posee video on demand, video on streaming, ni video movil en vivo.

En cuanto a los gráficos animados se presentan generalmente de publicidad de concursos y con más frecuencia se los localiza en páginas internas, los mapas interactivos también forman parte de este medio y de igual forma se los localiza en las páginas internas, dentro de multimedia encontramos un buscador de las infografías animadas que son muy poco usuales.

Posee versiones para móviles, regionales, no posee versión bilingüe, permite ampliar o reducir el tamaño tanto del texto como de algunas imágenes y no posee ediciones para discapacitados.

Este diario presenta la opción de barra de navegación para poder descargarla sin costo adicional, posee un buscador avanzado, dentro del mapa del sitio presenta varios listados de canales y se lo localiza con el nombre de mapa web.

Posee nube de tags, ubicada en la portada.

The screenshot shows the ABC.es website interface. On the left, there are three news articles under different categories: 'ESTADOS UNIDOS' (EE.UU. confía en Egipto...), 'MEDIOS Y REDES' (Un avería provoca una «caída masiva» del ADSL...), and 'TOROS' (Manzanares corta una oreja y Cayetano pincha una bella faena...). On the right, there is a 'NUBE DE TAGS' section with a list of popular tags like 'Gripe A', 'Recetas de Cocina', 'Fórmula 1', etc. Below the tags are advertisements for Santander, Iberdrola, and Parship.es. At the bottom, there is a navigation bar with 'ESTE VIERNES', 'ABC.es id', and various social media and service links like Facebook, Windows Live, and Yahoo ID. The browser's address bar shows 'http://www.abc.es' and the taskbar at the bottom displays the date '18-08-09' and the application 'Paint'.

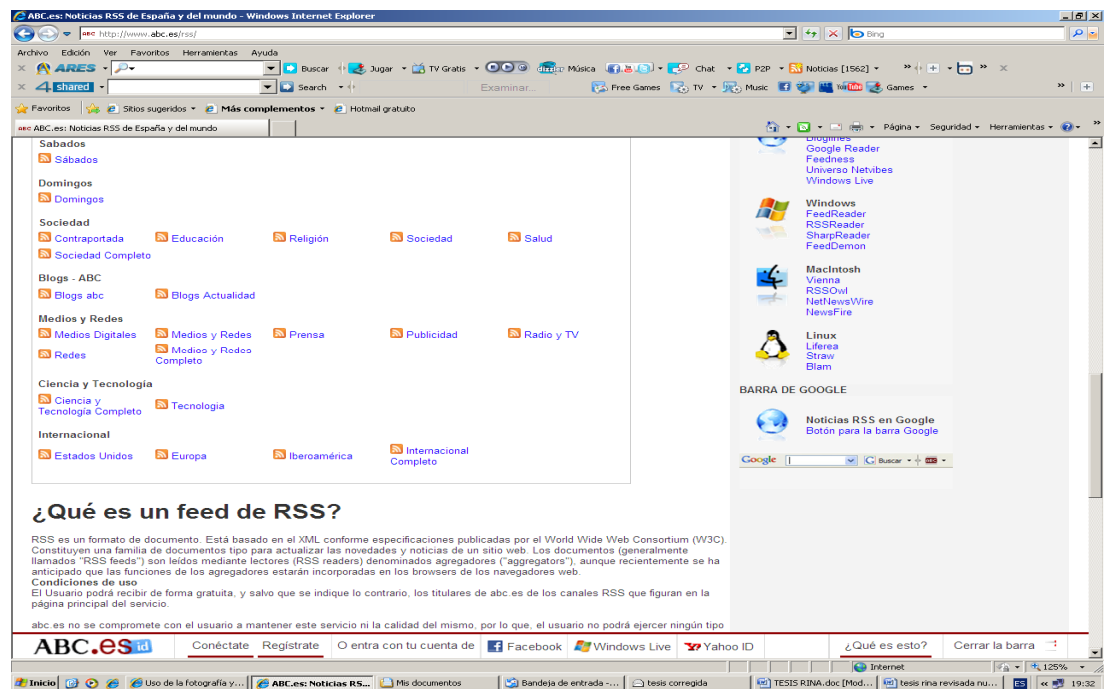
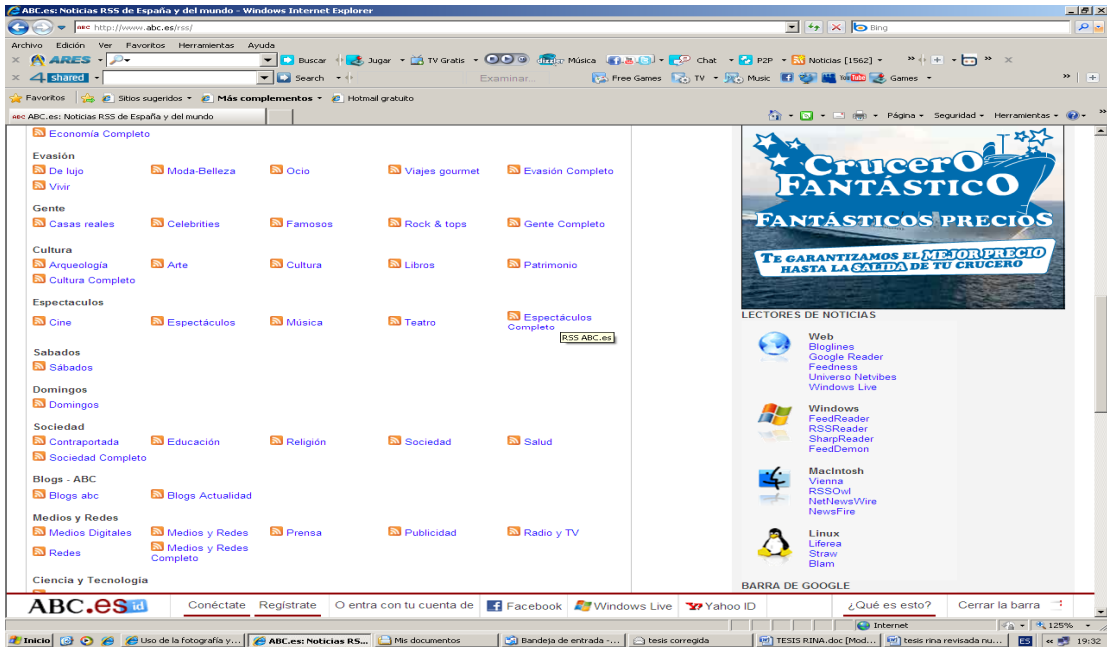
Fuente; <http://www.abc.es>

Ofrece dentro de las noticias lo más votado, lo mas comentado, lo mas enviado, lo más buscado, lo mas descargado, lo más valorado.

El usuario puede suscribirse al email, para que le lleguen noticias de última hora, el usuario puede solicitar boletines diarios, se puede recibir newsletter semanales, se puede suscribir al celular.

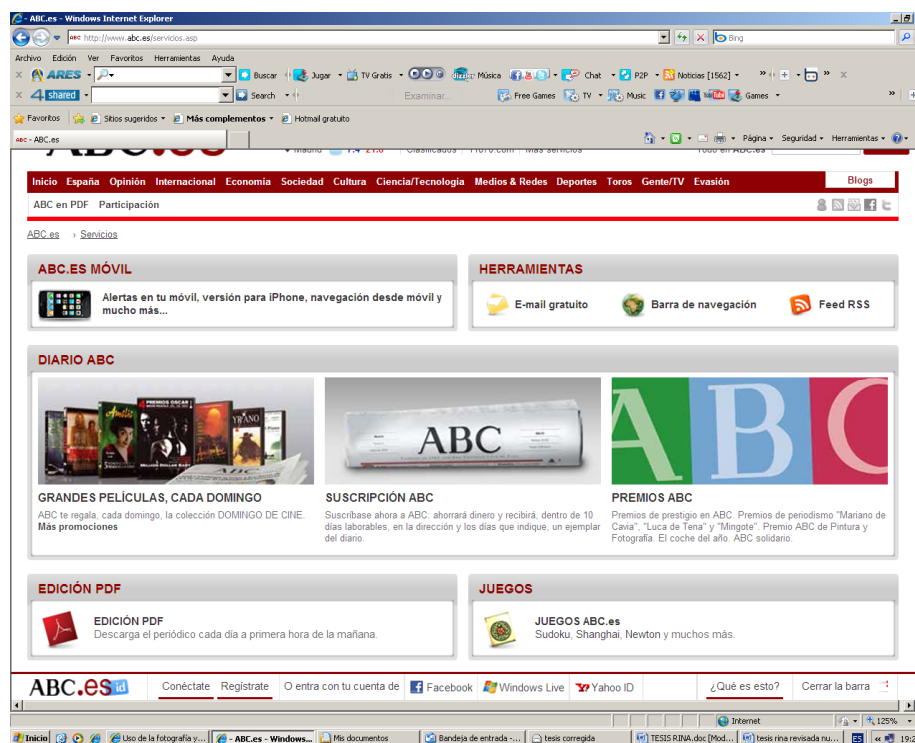
Tiene la posibilidad de la utilización de RSS. Las notas o las noticias pueden ser reenviadas por correo electrónico también a través de redes sociales y se puede imprimir la noticia.



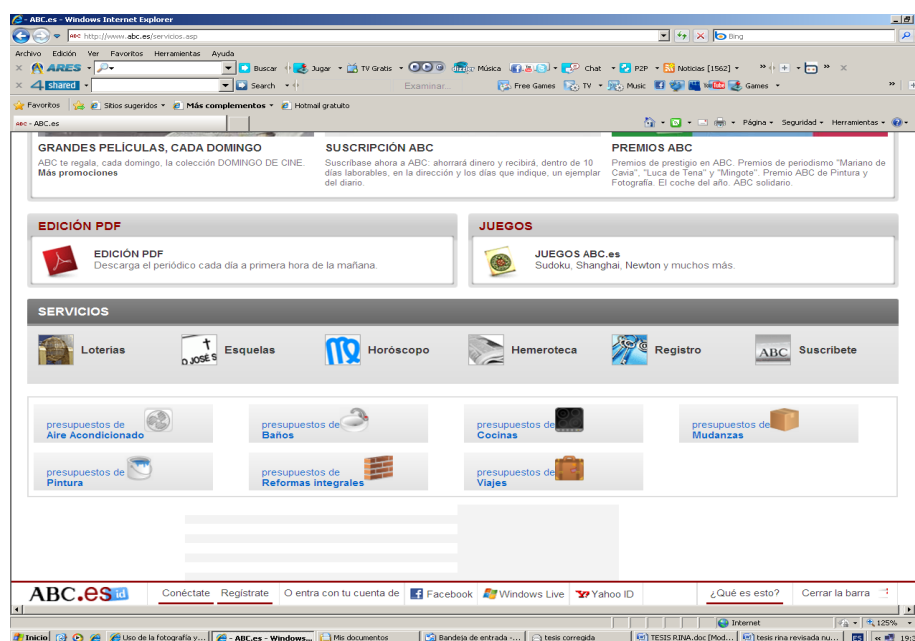


Fuente; <http://www.abc.es>

Dentro de los servicios están: pronóstico, transporte público programación tv, espectáculo juegos on line, concursos, horóscopo, humor, postales, y la Información Institucional.



Fuente; <http://www.abc.es>



Fuente; <http://www.abc.es>

3.1.3.3 Hipertextualidad

El Telégrafo

El telégrafo presenta hipervínculos en los titulares para ingresar a la noticia, dentro de algunas noticias hay una opción de “*noticias relacionadas*” este vínculo interno nos lleva a noticias de similares temas dentro del mismo diario de diversas fechas.

ABC

El diario ABC permite interconectarse con enlaces externos, internos, intra-texto, y relacionados.

En la página inferior derecha existe la opción de VOCENTO, mediante el cual podemos ingresar a la ALIANZA EUROPEA DE DIARIOS, No permite la sindicación de noticias de otros medios.

3.1.3.4 Inmediatez

ABC

Tiene un alto grado de actualización, cambiando constantemente la información y dando seguimiento a determinadas noticias.

El Telégrafo

Javier López N,⁵ del diario El Telégrafo al hablar de actualización de noticias, manifestó que “se dan cada que surge información nueva, la actualización de las noticias pequeñas es

⁵ Javier López N. periodista de cultura del diario el Telégrafo, 28 años

continúa y en el caso de reportajes se actualiza cada 24 horas. “ En cuanto a plataformas al preguntar *“Cuáles son las plataformas que conoce, cuáles se están utilizando y han dado mejor resultado?”* Vittorio Dormi ⁶ respondió, *“ PHP, ASP, NET la verdad no creo que exista una en especial sino que se elige una para cada necesidad”*

En la parte inferior derecha se desprenden un listado de noticias de última hora, estas son las que se actualizan más seguido, no tiene participación con cobertura móvil, presenta especiales tipo reportajes que se encuentran en el apartado multimedia, pero cabe mencionar que estos no se actualizan de forma frecuente, más bien la mayoría son de fechas pasadas, hay una página de micrositios, en donde informan avisos culturales importantes, en la parte inferior derecha detalla información de la cartelera del cine, no posee portal diagonal.

⁶ Vittorio Dormi, Webmaster de el Telégrafo, 26 años, tiempo de trabajo en el medio 5 años.

CONCLUSIONES

- La sala de redacción de El Telégrafo no cuenta con un equipo único especializado para su página Web, por cuanto la mayoría de información que se presenta es un volcado de contenidos desde el diario impreso.
- En el proceso de estudio del diario digital de El Telégrafo, se comprueba que no aprovechan la multimedialidad al momento de presentar las noticias.
- Analizado los diarios ABC y El Telégrafo se observa que El Telégrafo no ofrece al usuario mayor posibilidad de Interactividad y participación, el ABC permite una mayor interacción.
- Al realizar el análisis del ABC se determinó que el uso exagerado de publicidad incomoda al lector ocasionando un despliegue lento de las páginas, interponiéndose a la clara y mejor visualización de una noticia, esto perjudica la imagen del diario.

RECOMENDACIONES

- Reforzar la sala de redacción de El Telégrafo, ubicando a personas especializadas que escriban exclusivamente para la web.
- Se recomienda incorporar más elementos multimedia como por ejemplo: texto escrito, gráficas, imágenes en movimiento imágenes fijas, sonido, para la presentación de las noticias en la versión digital del diario el Telégrafo y así ofrecer al usuario un mensaje más claro, interactivo y completo.
- No solo se debe permitir la participación del usuario dentro de periódico digital sino también promover activamente esta participación ofreciendo mayores alternativas como poder intervenir en los contenidos con comentarios o aportando información, se podría tener un weblog por cada sección temática que podría ser administrado por el jefe de sección, se

debe permitir el envío de fotos audios y videos por ejemplo a través de dispositivos móviles.
Realizar encuestas,

- No exagerar con ventanas de publicidad, se debe procurar evitar el empleo de imágenes grandes para publicidad a demás de que puede ocasionar que el tiempo de descarga de la páginas sea más lento, resulta molesto que al momento de leer se interrumpa al usuario con un mensaje de este tipo, o peor aun tener que cerrar la publicidad para visualizar claramente determinada información.

BIBLIOGRAFIA

ANTUNEZ, Julio. L. (2005)“El impacto de la aparición de los gestores de contenidos (CMS) en el despegue del fenómeno blog”: *Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*, Editorial ESIC, Madrid.

BUSTAMANTE, Eduardo, (2002) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Barcelona, Editorial Gedisa.

CASTELLS, Marlon. (2001) *La galaxia Internet*. Madrid: Editorial Plaza & Janés,

CHRISTIAN Van Der Henst.(2003) Promoción de Tecnologías Web como herramienta de educación y desarrollo social Editorial Planeta,

COOROUGH, Callen,(2004) Multimedia para la Web, Editorial, Anaya Multimedia.

FLORES, Juan. y AGUADO, G. (2005) *Modelos de negocio en el Cyberperiodismo*, Editorial Fragua, Madrid.

FLORES, Juan. y AGUADO, G.(2006) “Claves de los weblogs e influencia en la prensa tradicional”: *Doxa Comunicación Nº 4*, Universidad San Pablo editorial CEU. Madrid.

LÓPEZ GARCÍA, G. (2005) *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia, Editorial Valencia.

MARC Presky,(2001) Nativos y Emigrantes digitales, Editorial Naftla.

VARELA, Jorge: (2005) "Periodismo participativo: El Periodismo 3.0": *Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*, Editorial ESIC, Madrid.

ZELDMAN Jeffrey, (2004) *Guía práctica y principios de Diseño Web*, Editorial Anaya Multimedia, Editorial Anaya Multimedia.

Artículos Electrónicos

Barrio, Manuel. Revista Nativos Digitales.

http://www.icono14.net/revista/num13/index_num13.html recuperado el 1 de septiembre de 2009

ANEXOS

Tablas de análisis cuantitativas del diario El Telégrafo.

Tablas cuantitativas Número 1

De: El Telégrafo,

Fecha: 10 de Agosto del 2009

Edición Escrita N°. 45.404

Edición Digital

Hora 20:00

A continuación se presenta las tablas de recolección de datos del diario el Telégrafo, de las ediciones tanto digital como impresa,

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Actualidad | 2 | Mundo | 5 |
| Macroeconomía | 1 | Deportes | 4 |
| Guayaquil | 1 | Macro economía | 3 |
| Mundo | 1 | Espectáculos | 5 |
| Contrapunto | 1 | Sociedad | 1 |
| Retrato | 1 | Quito metrópoli | 2 |
| | | Actualidad | 5 |
| | | Diversidad | 1 |
| | | Policial | 2 |
| | | Firmas Ancla | 3 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 19 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 3 |
| Instituciones Privadas | 2 | Instituciones Privadas | 4 |
| Documentales | 1 | Documentales | 5 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 3 | Noticia | 24 |
| Crónica | 0 | Crónica | 0 |
| Reportaje | 2 | Reportaje | 5 |
| Entrevista | 2 | Entrevista | 2 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 14 |
| Fotografías blanco y negro | 1 | Fotografías blanco y negro | 4 |
| Ilustraciones | 0 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricatura | 1 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Video | 0 |

Tablas cuantitativas Número 2**De: El Telégrafo**

Fecha: 18 de Agosto del 2009

Edición Escrita N°. 45.412**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|---------------------|---------------|
| Actualidad | 1 | Actualidad | 3 |
| Diversidad | 1 | Guayaquil Metrópoli | 1 |
| Mundo | 1 | Macro economía | 1 |
| Zona ciudadana | 1 | Mundo | 10 |
| Sociedad | 1 | Deportes | 4 |
| Guayaquil | 1 | Sociedad | 1 |
| Retrato | 1 | Diversidad | 1 |
| | | Policiales | 1 |
| | | Espectáculos | 2 |
| | | Firmas Ancla | 3 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 15 |
| Instituciones Publicas | 2 | Instituciones Publicas | 4 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 5 |
| Documentales | 1 | Documentales | 3 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 3 | Noticia | 23 |
| Crónica | 1 | Crónica | 1 |
| Reportaje | 2 | Reportaje | 3 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 18 |
| Fotografías blanco y negro | 1 | Fotografías blanco y negro | 9 |
| Ilustraciones | 0 | Ilustraciones | 1 |
| Caricatura | 0 | Caricatura | 1 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Video | 0 |

Tablas cuantitativas Número 3**De: El Telégrafo**

Fecha: 26 de Agosto del 2009

Edición Escrita N°. 45.420**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Mundo | 1 | Policiales | 1 |
| Zona ciudadana | 1 | Cultura | 1 |
| Sociedad | 1 | Deportes | 4 |
| Policial | 3 | Actualidad | 6 |
| Cultura | 1 | Mundo | 11 |
| Fanático | 1 | Espectáculos | 2 |
| Retratos | 1 | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 14 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 5 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 4 |
| Documentales | 2 | Documentales | 2 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 19 |
| Crónica | 1 | Crónica | 1 |

| | | | |
|------------|---|------------|---|
| Reportaje | 1 | Reportaje | 3 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 15 |
| Fotografías blanco y negro | 2 | Fotografías blanco y negro | 10 |
| Ilustraciones | 3 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricatura | 1 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Video | 0 |

Tablas cuantitativas Número 4**De: El Telégrafo**

Fecha: 3 de Septiembre del 2009

Edición Escrita N°. 45.428**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Macro economía | 1 | Policiales | 1 |
| Policial | 1 | Deportes | 4 |
| Mundo | 1 | Macro economía | 2 |
| Guayaquil | 1 | Actualidad | 4 |
| Actualidad | 1 | Mundo | 9 |
| Sociedad | 1 | Espectáculo | 3 |
| Retrato | 1 | Cultura | 2 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 4 | Directas (primera mano) | 16 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 6 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 1 |
| Documentales | 1 | Documentales | 2 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 16 |

| | | | |
|------------|---|------------|---|
| Crónica | 1 | Crónica | 1 |
| Reportaje | 1 | Reportaje | 5 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 3 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 13 |
| Fotografías blanco y negro | 1 | Fotografías blanco y negro | 9 |
| Ilustraciones | 0 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricatura | 1 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Video | |

Tablas cuantitativas Número 5**De: El Telégrafo**

Fecha: 11 de Septiembre del 2009

Edición Escrita N°. 45.436**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Mundo | 2 | Actualidad | 3 |
| Actualidad | 2 | Mundo | 11 |
| Policial | 1 | Macro economía | 2 |
| Quito | 1 | Actualidad | 4 |
| Retrato | 1 | Diversidad | 1 |
| | | Quito metrópoli | 2 |
| | | Policial | 1 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 4 | Directas (primera mano) | 16 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 5 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 2 |
| Documentales | 1 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 18 |
| Crónica | 1 | Crónica | 2 |

| | | | |
|------------|---|------------|---|
| Reportaje | 1 | Reportaje | 3 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 14 |
| Fotografías blanco y negro | 1 | Fotografías blanco y negro | 7 |
| Ilustraciones | | Ilustraciones | 2 |
| Caricatura | | Caricatura | 1 |
| Infografía | | Infografía | 0 |
| | | Video | |

Tablas cuantitativas Número 6**De: El Telégrafo**

Fecha: 19 de Septiembre del 2009

Edición Escrita N°. 45.444**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|---------------------|---------------|
| Diversidad | 1 | Actualidad | 3 |
| Macro economía | 1 | Mundo | 11 |
| Policial | 1 | Deportes | 3 |
| Actualidad | 1 | Policiales | 2 |
| Sociedad | 1 | Espectáculos | 2 |
| Travesías | 1 | Diversidad | 1 |
| Fanático | 1 | Cultura | 2 |
| | | Guayaquil Metrópoli | 1 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 5 | Directas (primera mano) | 16 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 6 |
| Instituciones Privadas | 0 | Instituciones Privadas | 2 |
| Documentales | 1 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 19 |
| Crónica | 1 | Crónica | 2 |
| Reportaje | 1 | Reportaje | 2 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 2 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 4 | Fotografías a color | 14 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 7 |
| Ilustraciones | 0 | Ilustraciones | 1 |
| Caricatura | 0 | Caricatura | 1 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Video | 0 |

Tablas cuantitativas Número 7**De: El Telégrafo**

Fecha: 27 de Septiembre del 2009

Edición Escrita N°. 45.452**Edición Digital****Hora 20:00**

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Actualidad | 1 | Actualidad | 3 |
| Entrevista | 1 | Cultura | 2 |
| Informe central | 1 | Macro economía | 1 |
| Fanático | 1 | Mundo | 11 |
| | | Espectáculo | 4 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 14 |
| Instituciones Publicas | 0 | Instituciones Publicas | 3 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 3 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGÉNEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 3 | Noticia | 17 |
| Crónica | 0 | Crónica | 1 |
| Reportaje | 0 | Reportaje | 2 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 14 |
| Fotografías blanco y negro | | Fotografías blanco y negro | 5 |
| Ilustraciones | | Ilustraciones | 1 |
| Caricatura | | Caricatura | 1 |
| Infografía | | Infografía | 0 |
| | | Video | 0 |

Tabla de análisis cuantitativo diario ABC de España

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 10 DE AGOSTO DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.201

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|---------------------|---------------|
| Actualidad | 1 | Economía | 4 |
| Gente y Tv | 1 | Internacional | 4 |
| España | 4 | España | 4 |
| | | Sociedad | 2 |
| | | Cultura | 2 |
| | | Ciencia /Tecnología | 2 |
| | | Medios y Redes | 1 |
| | | Deportes | 2 |
| | | Gente / Tv | 4 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 4 | Directas (primera mano) | 15 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 4 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 5 |

| | | | |
|--------------|---|--------------|---|
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |
|--------------|---|--------------|---|

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 14 |
| Crónica | 0 | Crónica | 5 |
| Reportaje | 1 | Reportaje | 4 |
| Entrevista | 1 | Entrevista | 2 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 27 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 3 |
| Ilustraciones | 1 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 0 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 2 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 18 DE AGOSTO DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°:34.209

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|---------------|--------|----------------|--------|
| España | 3 | España | 3 |
| Deportes | 2 | Internacional | 5 |
| Gente y Tv | 1 | Economía | 1 |
| Internacional | 1 | Medios y Redes | 3 |
| | | Deportes | 2 |
| | | Cultura | 1 |
| | | Gente / Tv | 1 |
| | | Toros | 1 |
| | | | |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|
| Directas (primera mano) | 4 | Directas (primera mano) | 12 |
| Instituciones Publicas | 3 | Instituciones Publicas | 2 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 2 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 5 | Noticia | 13 |
| Crónica | 0 | Crónica | 2 |
| Reportaje | 2 | Reportaje | 1 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 15 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 1 |
| Ilustraciones | 1 | Ilustraciones | 2 |
| Caricatura | 1 | Caricaturas | 2 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 1 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 26 DE AGOSTO DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.217

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|---------------|--------|---------------|--------|
| España | 2 | España | 11 |
| Internacional | 1 | Internacional | 2 |
| Gente y Tv | 2 | Sociedad | 3 |
| | | Deportes | 2 |
| | | Gente / Tv | 2 |
| | | Toros | 1 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 13 |
| Instituciones Publicas | 0 | Instituciones Publicas | 3 |
| Instituciones Privadas | 2 | Instituciones Privadas | 3 |
| Documentales | 0 | Documentales | 2 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 15 |
| Crónica | 0 | Crónica | 3 |
| Reportaje | 1 | Reportaje | 2 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 3 | Fotografías a color | 24 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 0 |
| Ilustraciones | 0 | Ilustraciones | 0 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 2 |
| Infografía | 0 | Infografía | 1 |
| | | Videos | 1 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 3 DE SEPTIEMBRE DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.225

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|---------------|--------|----------------|--------|
| Economía | 2 | España | 7 |
| Internacional | 1 | Economía | 1 |
| España | 2 | Deportes | 3 |
| | | Internacional | 9 |
| | | Sociedad | 2 |
| | | Cultura | 4 |
| | | Toros | 1 |
| | | Medios y redes | 1 |
| | | Gente y Tv | 2 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|
| Directas (primera mano) | 3 | Directas (primera mano) | 19 |
| Instituciones Publicas | 2 | Instituciones Publicas | 5 |
| Instituciones Privadas | 0 | Instituciones Privadas | 5 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 5 | Noticia | 21 |
| Crónica | 0 | Crónica | 4 |
| Reportaje | 0 | Reportaje | 4 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 19 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 7 |
| Ilustraciones | 1 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 2 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 1 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 11 DE SEPTIEMBRE DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.233

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|------------------|---------------|
| España | 4 | Internacional | 6 |
| Economía | 1 | España | 6 |
| | | Deportes | 1 |
| | | Medios y Redes | 2 |
| | | Sociedad | 1 |
| | | Cultura | 4 |
| | | Economía | 2 |
| | | Gente y Tv | 1 |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 5 | Directas (primera mano) | 15 |
| Instituciones Publicas | 0 | Instituciones Publicas | 6 |
| Instituciones Privadas | 0 | Instituciones Privadas | 1 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 5 | Noticia | 18 |
| Crónica | 0 | Crónica | 2 |
| Reportaje | 0 | Reportaje | 2 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 17 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 2 |
| Ilustraciones | 4 | Ilustraciones | 0 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 2 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 1 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.241

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|------------------|---------------|----------------------|---------------|
| España | 3 | Sociedad | 5 |
| Economía | 2 | España | 11 |
| Internacional | 1 | Internacional | 2 |
| | | Ciencia y tecnología | 1 |
| | | Economía | 1 |
| | | Toros | 1 |
| | | Gente y Tv | 2 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| Directas (primera mano) | 5 | Directas (primera mano) | 15 |
| Instituciones Publicas | 1 | Instituciones Publicas | 4 |
| Instituciones Privadas | 0 | Instituciones Privadas | 3 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 4 | Noticia | 16 |
| Crónica | 0 | Crónica | 0 |
| Reportaje | 1 | Reportaje | 5 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 2 | Fotografías a color | 19 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 0 |
| Ilustraciones | 3 | Ilustraciones | 0 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 2 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 1 |

TABLA DE ANALISIS CUANTITATIVO

FECHA: 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2009

DIARIO: ABC DE ESPAÑA

EDICIÓN IMPRESA N°: 34.249

EDICION DIGITAL

Hora 20:00

| SECCIONES | NÚMERO | SECCIONES | NÚMERO |
|-----------|--------|---------------|--------|
| España | 1 | España | 6 |
| Economía | 1 | Gente y Tv | 3 |
| Sociedad | 1 | Internacional | 7 |
| | | Toros | 1 |
| | | Economía | 1 |
| | | Cultura | 2 |
| | | Deportes | 5 |
| | | | |

| FUENTES | NÚMERO | FUENTES | NÚMERO |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------|
| Directas (primera mano) | 2 | Directas (primera mano) | 17 |
| Instituciones Publicas | 0 | Instituciones Publicas | 5 |
| Instituciones Privadas | 1 | Instituciones Privadas | 2 |
| Documentales | 0 | Documentales | 1 |

| GENERO | NÚMERO | CIBERGENEROS | NÚMERO |
|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| Noticia | 2 | Noticia | 18 |
| Crónica | 1 | Crónica | 1 |
| Reportaje | 0 | Reportaje | 5 |
| Entrevista | 0 | Entrevista | 1 |

| IMAGEN | NÚMERO | IMAGEN | NÚMERO |
|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Fotografías a color | 1 | Fotografías a color | 22 |
| Fotografías blanco y negro | 0 | Fotografías blanco y negro | 2 |
| Ilustraciones | 2 | Ilustraciones | 3 |
| Caricatura | 0 | Caricaturas | 0 |
| Infografía | 0 | Infografía | 0 |
| | | Videos | 0 |

Tabla de análisis cualitativo diario El Telégrafo,

| CONTENIDOS INFORMATIVOS | | |
|---|---|--|
| a) Información noticiosa | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Ultima hora | No No Si, la parte inferior izquierda de esta página se muestra un listado de las noticias de última hora | Libre acceso |
| Coberturas móviles | No | Libre acceso |
| Especiales (tipo reportaje) | Si se presentan reportajes con el nombre de multimedia, en cual uno puede ingresar y observar el reportaje, no son necesariamente de la fecha actual, muchos de ellos son de fechas pasadas | Libre acceso |
| Micrositios (espacios fijos de seguimiento) | Si, existe en la página del diario un micrositio de Avisos culturales, el cual muestra información actualizada de los eventos culturales mas importantes | Libre acceso |
| Portales verticales (especializado generalmente en temáticas) | Si , se presenta en la parte inferior derecha de esta página Web, en el se detalla toda la información de la cartelera del cine , | Libre acceso |
| Portal Diagonal | No | 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 | Si, en la portada se presenta 5 fotografías de las noticias más importantes | Libre acceso |
| Fotogalerías | Si, las noticias más importantes | Libre acceso |
| Foto – móvil | No | |
| Audiogalería | No | |
| Audio <i>on demand</i> (descarga) | No | |
| Audio <i>on streaming</i> (en vivo) | No | |
| Video <i>on demand</i> | No | |
| Video <i>on streaming</i> (en vivo) | No | |
| Video móvil en vivo | No | |
| Gráficos animados / interactivos | Si, muy peculiares y son de lo más destacado e importante de la noticia | Libre acceso |
| Mapas interactivos | No | |
| Infografías animadas | Si, en la página web del diario, se presenta la opción de Multimedia, en ella se encuentra las infografías más destacadas de la semana, además tienen varios géneros | Libre acceso |
| HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) | | |
| Enlaces relacionados | No | |
| Enlaces intra – texto | No | Libre acceso |
| Enlaces internos (hacia adentro) | No | Libre acceso |
| Enlaces externos (hacia afuera) | No se puede ingresar a otras páginas de Internet de otros medios a través de esta página web | |
| Diarios | No | |
| Sindicación de noticias de otros medios | Si | |

| Producción en Servicios Web 2.0 | | |
|--|--|---|
| a) Herramientas | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas | No No No No No No No | |
| Presencia en Flickr | No | |
| Vídeo (Canal en Youtube) | No | |
| Wiki | No | |
| Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> Presencia con titulares web Presencia con contenido propio Presencia con periodistas en Twitter Integración de Twitter en el sitio Twitter móvil | Si, se presenta únicamente con titulares web. | Libre Acceso |
| Contenido de Enlaces Favoritos | No | |
| Redes Sociales Presencia y producción en <i>Facebook</i> Hi5 Otros | Se puede hacer uso de la opción de facebook una vez que el usuario ya ha sido registrado en el diario. No No | |

| PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN | | |
|--|--|--|
| a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Personalización de la portada | No , La portada tiene un formato estándar. | Libre Acceso |
| (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas) | Si , Porta Larga: la cual es interactiva, tiene el menú de todas las secciones que ofrece el diario. | Libre Acceso Libre acceso |
| Versión html (solo texto) | Si, se presentan el parte inferior izquierda de página web, generalmente con un máximo de 20 puntos. | Libre Acceso |
| Versión en PDF (tal cual el impreso) | Si, la misma que puede ser descargada gratuitamente a cualquier hora del día | Libre Acceso |
| 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 | |

| a) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos | | |
|---|--|--|
| | Diario Digital | |
| Barra de navegación | Si | |
| Buscador | Avanzado, se presenta en la parte superior derecha en el cual el usuario puede escribir la palabra de su interés y hacer clic sobre buscar | |
| Hemeroteca | Acceso por día, de cualquier fecha | |
| Mapa del sitio | Esta página Web cuenta con este servicio, Se puede ingresar a este servicio haciendo clic en la parte inferior de la portada del diario. | |
| Nube de Tags – clasificación por palabras clave | No | |
| Ranking de noticias | | |
| Lo más visto | No | |
| Lo más más votado, | No | |
| Lo más comentado | No | |
| Lo más enviado | No | |
| DISTRIBUCIÓN | | |
| Tecnología <i>pull</i> | No | |
| <i>Suscripción al email</i> | Si | |
| alertas de última hora | Si | |
| boletines diarios | No | |
| newsletter | No | |
| semanales | No | |
| <i>Suscripción al celular</i> | No | |
| Noticias vía SMS al móvil | No | |
| RSS | Si, en el se muestra todas las secciones que compone el diario. | |
| Widgets | No | |
| Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios. | No | |
| Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos” | Si | |
| Reenvío de noticias a | No | |

| | | |
|--|--|----|
| redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc) | | |
| Noticias pueden ser impresas | Si, existe la opción de imprimir, haciendo clic al lado el lado derecho del reportaje, | No |
| Otros | | |

Tabla de análisis cualitativo diario ABC de España

| CONTENIDOS INFORMATIVOS | | |
|---|---|--|
| a) Información noticiosa | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| En vivo (coberturas en tiempo real) | No | |
| Urgente | Si presentan de manera muy esporádica, | Libre acceso |
| Ultima hora | Si presentan de manera muy esporádica | Libre acceso |
| Coberturas móviles | No | |
| Especiales (tipo reportaje) | Si | Libre acceso |
| Micrositios (espacios fijos de seguimiento) | Si, existe un micro sitio de Video Chat, con un personaje importante ya sea en el área de la salud o dependiendo del tema a tratarse en un día determinado, el mismo cambia todos los días de personaje | Libre acceso |
| Portales verticales (especializado generalmente en temáticas) | Si, existen tres portales uno relacionado con farándula, el segundo se relaciona con publicidad de tienda virtual. Y el tercero es de publicidad de seguros. | Libre acceso |
| Portal Diagonal | Si, se encuentra al final del diario digital, en el cual se puede observar varias ventanas con diferentes alternativas para el usuario | Libre acceso |

| ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES | | |
|--|---|--|
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas | <p>Si, existe la opción de enviar un email directamente al editor o a cualquier periodista</p> <p>Existe un listado de emails de todos los periodistas.</p> <p>Se puede comentar cada noticia.</p> <p>En cada noticia nos muestra cuantos comentarios hay hasta el momento y dentro de los comentarios hay la opción de votar a favor o en contra de cada comentario escrito.</p> <p>Existe la opción en la barra inferior en la cual se muestran la pagina de Contáctate con ABC que presenta:</p> <p>Contáctate con ABC</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opción de atención al cliente - Suscripciones - Publicidad - Marketing - Cartas al director - Redacción <p>A demás en cada noticia nos muestra la opción de:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rectificar la noticia, para esto se debe llenar un campo obligatorio con nombre, email. -Dar la valoración de la noticia, esto está representado con estrellas. <p>Y hay la posibilidad de saber cuántas veces asido vista una noticia.</p> | Libre acceso |
| Foros | Si Dentro de los servicios disponibles para usuarios | Para hacer uso de este servicio, el usuario debe registrarse, en la base de datos de el diario |

| | | |
|---|--|--------------|
| | <p>registrados a servicios de ABC.es.</p> <p>Para el registro primero nos muestran las condiciones generales, y se llena el cuadro de datos personales y configuración de usuarios.</p> <p>En foros de acceso libre se puede ingresar sin registro se puede ver los mensajes y participar en los mismos, en los foros cerrados es necesario registrarse, se puede ver los mensajes pero no responderlos.</p> | |
| Encuestas | <p>Si, se encuentran en la Opción mapa web, también se las puede encontrar en las páginas internas, con mayor frecuencia en la sección de España.</p> <p>El usuario elije el tema de interés, y en él, al costado derecho aparece una ventana de Encuesta.</p> <p>Dentro de las encuestas permite la opción de comentar la encuesta, y estas varían, de acuerdo al tema que esté de novedad.</p> | Libre acceso |
| Comentarios | <p>Si, se puede realizar un comentario o sugerencia al diario y a cada noticia, pues en la parte inferior de cada noticia aparece la opción: Comenta esta noticia, y a demás se puede votar a favor o en contra de cada comentario escrito.</p> | Libre acceso |
| Votación de notas | No | |
| Entrevistas <i>online</i> (<i>chats con personajes</i>) | Si, estos cambian constantemente | Libre acceso |
| Consultorio <i>online</i> | Si, el personaje también | Libre acceso |

| | | |
|---|--|--|
| <i>(especialistas responden)</i> | varia a diario | |
| <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>Si, se puede enviar notas o hacer comentarios sobre la noticia que el usuario crea o considere más importante.</p> <p>El usuario puede enviar un mail con el nombre de carta al director y esta puede ser publicada en el diario del día siguiente</p> <p>Si, en la parte superior derecha de la página web, aparece la opción Blog, dentro del cual encontramos organizado por temas, como deportes, tecnología, etc. Los blogs son de personas, personajes importantes como José Luís Orhuela, y periodistas del abc, a demás hay la opción de corresponsales y de actualidad.</p> <p>Entre las redes sociales, encontramos facebook, Windows Live, yahoo ID.</p> | <p>Todas estas opciones que se presentan en el diario son de libre acceso para el usuario.</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 | <p>Si, y se pueden enlazar las noticias.</p> <p>Si, se los puede encontrar dentro de los blog que aparecen en las páginas, y nos permite ingresar a otras páginas de interés común al contenido.</p> | <p>Libre acceso</p> <p>Libre acceso</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p>- Reportes de twitters</p> | <p>Si, el usuario puede ingresar a esta opción, haciendo clic en la parte superior derecha de la pagina web, en ella aparece dos tipo de Twitters, urgentes y de coberturas en directo</p> | <p>Libre acceso</p> |
| <p>-Fotos de usuarios de Flickr</p> | <p>Si, se la puede enviar a la siguiente dirección electrónica. http://tus-fotos.abc.es/</p> | <p>Solo para los usuarios registrados</p> |
| <p>- Video de usuarios de You Tube</p> | <p>No</p> | |
| <p>- Video streamming de usuarios (Ustream)</p> | <p>No,</p> | |
| <p>- Status o contenido proveniente de usuarios de Facebook</p> | <p>Si, se puede hacer uso de este servicio cuando el usuario ya ha sido registrado en el diario, llenando los datos del mismo, en la pagina contáctate con nosotros</p> | |

| RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA | | |
|--|--|--|
| a) Audio, video y gráficos animados | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Galería animada de noticias | Si, en la portada se presentan los videos de las noticias más destacadas | Libre acceso |
| Foto galerías | Si, las noticias más importantes. A demás, e encuentra la opción de galería fotográfica , en donde se encuentran las más votadas, las más valoradas, ultimas fotografías, también se las puede encontrar de acuerdo a la categoría por ejemplo, carnaval, deportes fiestas, etc. Existe la opción de subir fotos llenando un formulario se pueden añadir nuevas fotos. También nos presenta un aviso legal en donde se plantean las condiciones particulares del servicio de imágenes. (subir anexo) http://fotos.abc.es/uploadAlbum.php | Libre acceso |
| Foto – móvil | Si, generalmente las foto móviles que presenta el diario son de deportes. | Libre acceso |
| Audio galería | No | |
| Audio <i>on demand</i> (descarga) | No | |
| Audio <i>on streaming</i> (en vivo) | Se puede ingresar directamente a este servicio haciendo clic en la ventana de | Libre acceso |

| | | |
|---|--|--------------|
| | audio que se presenta en la portada del diario, a demás dentro de multimedia se encuentra la opción audio con un buscador de audios, y varios audios de puntoradio. | |
| Video <i>on demand</i> | No | |
| Video <i>on streaming</i> (en vivo) | No | |
| Video móvil en vivo | No | |
| Gráficos animados / interactivos | Si, generalmente de publicidad de concursos y seguros, es muy usual encontrarlas en paginas internas, es decir en el momento en que se abre una noticia de nuestro interés, aparece la publicidad de los medios antes mencionados. | Libre acceso |
| Mapas interactivos | Si, se encuentran en la parte inferior de la portada. | Libre acceso |
| Infografías animadas | Si, se puede encontrar dentro de multimedia, hay un buscador de infografías, son poco usuales y se las localiza en las páginas internas | Libre acceso |
| HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos) esto es relacionado con las noticias, con la redacción en línea | | |
| Enlaces relacionados | Si, se puede ingresar directamente a una noticia determinada haciendo clic sobre esta y ampliarse en el tema ingresando dentro del reportaje, es decir por ejemplo, si nosotros ingresamos a un reportaje de Afganistán, en el internamente existen varias palabras resaltadas que nos permiten ingresar y leer información más profunda del reportaje. Algunos de ellos cuentan con enlaces externos hacia otras páginas. | Libre acceso |
| Enlaces intra – texto | Si existen enlaces, tanto en los reportajes como en la publicidad que ofrece el diario | Libre acceso |
| Enlaces internos (hacia adentro) | Si existen enlaces internos, los que se encuentran dentro de | Libre acceso |

| | | |
|---|---|--------------|
| | las noticias y al hacer un clic, se puede profundizar sobre el tema | |
| Enlaces externos (hacia afuera), | Si generalmente son los que se relacionan con publicidad, mostrando las ventajas de los productos que venden. | Libre acceso |
| Diarios | Si, en la parte inferior derecha de la pagina web del diario existe la opción de VOCENTO, en la cual nos permite ingresar a ALIANZA EUROPEA DE DIARIOS, en ella se puede ingresar a los diarios más importantes de Europa | Libre acceso |
| Sindicación de noticias de otros medios | No | |
| | | |

Producción en Servicios Web 2.0

| b) Herramientas | | |
|--|--|--|
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Bitácora /blogs | http://www.abc.es/blogs/ | |
| Podcast (last.fm) | Si | Libre acceso |
| Video blogs | Si | Libre acceso |
| Foto – blogs | Si | Libre acceso |
| Mo blogs (contenido móvil) | Si | Libre acceso |
| Blogs de periodistas | Si, se puede ingresar a esta opción a través de la siguiente dirección electrónica http://www.abc.es/blogs/florentino-portero/ | Libre acceso |
| Blogs de secciones | Si | Libre acceso |
| Blogs de especialistas | No | |
| Presencia en Flickr | No, en este diario se presenta como Galería de la Semana, al ingresar en ella haciendo un clic, se puede escoger la categoría o tipo de fotografía que desee. El enlace es el siguiente: http://nomadas.abc.es/galeria-de-fotos/de-espaldas-a-africa/ | Libre acceso |
| Vídeo (Canal en Youtube) | No | |
| Wiki | Si, se encuentra en las paginas internas, además su aparición es muy usual | Libre acceso |
| Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> | Si, el link principal es : http://www.abc.es/twitter/abc-en-twitter.asp | Libre acceso |
| Presencia con | Si | Este es un servicio online que ofrece el diario en el cual permite disponer de una caja de texto donde se tiene solo 140 |

| | | |
|---|---|---|
| titulares web | http://twitter.com/abc_es | caracteres para comentar lo que quieras, desde donde te encuentras hasta enlazar cualquier página Web |
| Presencia con contenido propio | Si | |
| Presencia con periodistas en Twitter | Si http://twitter.com/abc_directo | |
| Integración de Twitter en el sitio | No | |
| Twitter móvil | No | |
| Contenido de Enlaces Favoritos | No | |
| Redes Sociales | | |
| Presencia y producción en <i>Facebook</i> | Si, se presenta esta opción en la cual el usuario primero se debe registrar para poder hacer uso de este. | No se puede hacer uso de esa opción a menos que el usuario ya este registrado, una vez que el usuario se registre, aparece una página en la cual puede llenar todos los datos que desee que sean publicados |
| Hi5 | No, pero existe la opción de Facebook, Twitter | |

| PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN | | |
|--|---|---|
| a) Adaptación de los contenidos a las demandas /necesidades de los lectores | | |
| Contenido | Si / No / Detalle | Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos |
| Personalización de la portada | No, La portada tiene un formato estándar, solo cambia la información de día a día y manejado exclusivamente por el Webmaster | Libre Acceso |
| (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas) | Si: Portada larga: la cual es interactiva, tiene el menú de todas las secciones y opciones que ofrece el diario. Ventana de última hora: Esta opción se presenta solo cuando existen noticias muy importantes, son esporádicas. En cuanto se ingresa al diario, aparece una ventana de publicidad y otra ventana para conectarse a redes sociales, no existen ventanas informativas. | Libre Acceso |
| Versión html (solo texto) | Si | Libre Acceso |
| Versión en PDF (tal cual el impreso) | El ABC presenta la portada en PDF, solo del día en curso. Para ingresar al diario completo en PDF, se lo hace a través de Hemeroteca haciendo la búsqueda por día, mes y año, es importante recalcar que esta opción se presenta solo cuando de busca diarios de semanas anteriores. | Libre Acceso, para el ingreso del día, pero si desea que se le envíe la versión en PDF para los primeros 15 días es gratis en adelante tiene que suscribirse, los valores se encuentran en la tabla en anexos |

| | | |
|--|--|---|
| <p>Versión animada (hojear impreso)</p> <p>Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)</p> <p>Versiones regionales / locales</p> <p>Versiones bilingüe</p> | <p>No</p> <p>Si, tienen la opción para Movil, y para Blackberry, en la cual se puede recibir a través de mensajes el estado del tiempo, las noticias de actualidad y noticias locales</p> <p>Si, existe la opción de ingresar a los diarios de ABC de otras provincias</p> <p>No</p> | <p>Libre Acceso</p> <p>Libre acceso</p> |
| <p>Ampliar/reducir el tamaño de letras</p> | <p>Si, dentro de cada noticia presenta la opción de aumentar o disminuir el tamaño de las letras, de la misma forma da la opción de agrandar algunas fotos.</p> | |
| <p>Ediciones para discapacitados</p> | <p>No</p> | |

| b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos | | |
|---|---|--------------|
| Barra de navegación | Si, Este diario presenta la opción de descargar la barra de navegación sin costo adicional y permite tener acceso directo al ocio, servicios y canales de abc.es. Para descargar esta barra se necesitan los siguientes requisitos: -Windows XP/Professional -Internet Explorer 6.0 | Libre acceso |
| Buscador | Avanzado | Libre acceso |
| Hemeroteca | Acceso por día, de cualquier fecha y cualquier año. | Libre acceso |
| Mapa del sitio | Presenta varios listados de canales se encuentra con el nombre de mapa web | Libre acceso |
| Nube de Tags – clasificación por palabras clave | Si, existe en el diario en la página Web, en la parte inferior derecha, en la cual uno puede ingresar por medio de la palabra de su interés o de la palabra clave que el usuario considere importante. | Libre acceso |
| Ranking de noticias Lo más visto | Si, existe al final de cada reportaje un cronometro de cuál noticia fue la más vista. | Libre acceso |
| Lo más votado | Si | Libre acceso |
| Lo más comentado | Si | Libre acceso |
| Lo más enviado | Si | Libre acceso |
| | De igual manera para las opciones siguientes a las cuales se puede acceder libremente. Lo más descargado Lo más buscado Lo más valorado | |
| DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> | No | |
| <i>Suscripción al email</i> alertas de última | Si, le llega al usuario siempre y cuando él lo | Libre acceso |

| | | |
|--|---|--------------|
| hora | solicite | |
| boletines diarios | Si, el usuario determina cuales son las opciones de las noticias que desea recibir | Libre acceso |
| newsletter semanales | Esta opción se presenta solo en la página Web del diario | Libre acceso |
| <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil | Si, el usuario debe registrarse y suscribirse en el diario para recibir la información que el desee. | Libre acceso |
| RSS | Si, existe una página completa con esta opción la misma que se encuentra detallada en el anexo | Libre acceso |
| Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios. | No | |
| Reenvío de las notas por correo electrónico "a tus amigos" | Si, existe la opción de enviar a un amigo asiendo uso de la opción enviar una email, como se muestra en el anexo. | Libre acceso |
| Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc) | Si, además, existen otras como: Reportes MSN Añadir a dgg Guardar como favoritos en Mi Yahoo, Mister Wong, y redes sociales. | Libre acceso |
| Noticias pueden ser imprimidas | Si se puede imprimir la noticia de interés del usuario | Libre acceso |
| Otros | | |

| SERVICIOS | | |
|---------------------------------|----------------|---|
| c) Servicios comerciales | | |
| | DIARIO DIGITAL | DETALLE |
| Publicidad | Si | Existe publicidad que varia a diario, en varios portales, sin embargo la que se mantiene constante es la de Banco Santander. Al momento de dar clic par ingresar a cualquier noticia o sección aparecen pestañas de publicidad. |
| Tienda virtual | Si | La más importante de este diario es la de TIENDAS ABC, tus compras por internet |
| Avisos clasificados | Si | Existen de dos a tres anuncios clasificados por portada, a demás cuando se mantiene por mucho tiempo la página del diario abierto sin movimiento aparecen Flash de determinada publicidad y desaparecen si uno no hace clic sobre ella. Además también existe un portal en la parte superior de la pagina en la cual aparece la opción de clasificados en el cual el usuario puede utilizar el buscador para encontrar el articulo de su interés |
| Promociones | Si | Depende del día de la semana, se las puede encontrar con la barra de navegación o dentro de servicios, en PROMOCIONES o en el siguiente link: http://www.abc.es/colecciones/ El tipo de promociones varían pero pude determinar que por ejemplo: - “Colección domingo de cine” - “Promociones de reloj de mujer, <i>ABC te trae los relojes de moda a un precio increíble.</i> ” - Enciclopedias |
| Tarifas | Si | Tenemos una opción en la portada en la cual se indican las tarifas del diario para realizar publicidad, la misma que se muestra en el anexo 2 adjunto. |
| Suscripciones | Si | Adjunto anexo 3 para mostrar los valores y tipos de suscripciones que existen en dicho diario |

| a) Información-servicio | | |
|---|-----|---|
| Pronóstico meteorológico | Si, | Se presenta un portal pequeño que da la opción de revisar el tiempo de la localidad de interés del usuario. Y además permite a través de este portal ingresar directamente a la página www.canalmateo.com , es importante recalcar que esta opción se presenta los días miércoles |
| Transporte público / carreteras | Si | En la parte derecha de página del diario existe la opción Cámaras de Trafico , estado de las carreteras, al ingresar el usuario puede revisar a través de las cámaras en qué estado se encuentran las vías que desea utilizar. |
| Programación TV | Si | Se puede encontrar en el siguiente link http://www.abctv.es Este sitio no brinda la opción de descargar videos, votar, por noticias, buscar, presenta lo mejor de abc.tv. |
| Programación radio | Si | El mismo que se puede encontrar en el siguiente link, http://www.puntoradio.com/popup/envivo.php |
| Cartelera espectáculo, agenda cultural | Si | Se presenta información de un espectáculo |
| Directorios | No | |
| Varios: diccionarios, traductor, calendario | No | |
| b) Información-ocio | | |
| Juegos <i>online</i> | Si | Presentan las siguientes opciones de juegos: Juego del mes Juego Flash Juego de deportes Juegos de acción En el juego del mes nos da la opción de que sea bajado al móvil del usuario, enviando un mensaje, pero tiene costo adicional |
| Concursos | Si | En la portada encontramos también un concurso para en ganar una entrada para los premios MTV en el siguiente link: http://www.abc.es/mtv/index.asp Otro tipo de concursos que se presentan son usualmente para periodistas. |

| | | |
|--|--------------|--|
| | Premios abc. | También se puede encontrar la opción de premios abc, dentro de la opción de servicios , en el siguiente link: http://www.abc.es/servicios/premiosabc/ |
| | | ANEXO 4 |
| Archivos de música / vídeo / animaciones | Si | Libre acceso |
| Horóscopo | Si | Se presenta a diario Con las siguientes opciones: -Signos del zodiaco -Personajes -Entre signos -Artículos -Horóscopo Chino -Cartas Astrales -Consulta Astrológica -Feng Shui Se puede también realizar consultas astrales |
| Humor | Si | Libre acceso |
| Sorteos | Si | Resultados de las loterías del país, y de otros sorteos en el diario como el de MTV |
| Otros (postales) | Si | Hay la opción de esquelas, lotería navidad, movilidad |
| c) Información institucional | | |
| Institucional - Quiénes somos | Si, | Se presenta un resumen de lo que es el diario. |
| Información para anunciantes | Si | Libre acceso |
| Otras actividades | No | |
| Mapa del sitio | Si | Se puede encontrar todas las opciones con el nombre de mapa web |
| | | |