



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica 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”***

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

AUTOR: ESPINOSA MÁRQUEZ CARLOS FERNANDO

DIRECTORA DE TESIS: LIC. PUNÍN MARÍA ISABEL

CENTRO UNIVERSITARIO IBARRA

2009

CERTIFICACIÓN

Lic. María Isabel Punín
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

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

Loja, 09 de noviembre de 2009

Atentamente;

Lic. María Isabel Punín
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

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

Loja, noviembre de 2009

f _____

Carlos Fernando Espinosa Márquez

C.I.: 100260004-5

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Carlos Fernando Espinosa Márquez 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”.

Carlos Fernando Espinosa Márquez

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible gracias a mi amada esposa, mi tierna hija y a mi abnegada madre, quienes han sido mi fuente de inspiración para salir adelante ante las adversidades de la vida.

Carlos Fernando Espinosa Márquez

AGRADECIMIENTO

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

De igual manera mi reconocimiento y gratitud a la Licenciada María Isabel Punín, Directora del presente trabajo, por su guía y acertada asesoría.

Carlos Fernando Espinosa Márquez

ÍNDICE

Certificación.....	ii
Cesión de derechos.....	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	1
Introducción.....	2

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1	Comunicación.....	3
1.2	Definiciones.....	5
1.3	Los medios de Comunicación.....	6
1.4	Tipos de medios de Comunicación.....	8
1.4.1	Medios Masivos.....	8
1.4.2	Medios Auxiliares o Complementarios.....	8
1.4.3	Medios Alternativos.....	8
1.4.1.1	Medios Masivos.....	9
1.4.2	Medios Auxiliares o Complementarios.....	9
1.4.3	Medios Alternativos.....	9
1.4.1.1	Medios Masivos.....	9
1.4.1.2	Televisión.....	9
1.4.1.3	Radio.....	11
1.4.1.4	Periódicos.....	13
1.4.1.5	Internet.....	14
1.5	Web 2.0.....	14
1.5.1	Web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación.....	14
1.5.2	Herramientas más utilizadas en la web 2.0.....	15
1.6	Propiedad intelectual en la red.....	19
1.7	La comunicación digital.....	20

1.7.1	<i>Principales características</i>	21
1.8	<i>Los medios digitales</i>	21
1.9	<i>Redacción para la Web</i>	22
1.9.1	<i>El lenguaje en la red</i>	22
1.9.1.1	<i>Interactividad</i>	23
1.9.1.2	<i>Multimedialidad</i>	24
1.9.1.3	<i>Hipertextualidad</i>	24
1.9.1.4	<i>La Inmediatez</i>	25
1.10	<i>Los diarios digitales</i>	25
1.10.1	<i>El uso del multimedia en los diarios digitales</i>	26
1.10.2	<i>Salas de redacción</i>	27

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1	<i>Metodología utilizada</i>	28
2.2	<i>Breve análisis de la situación del medio</i>	29
2.2.1	<i>Diario La Hora</i>	29
2.2.3	<i>Diario La Información</i>	34

CAPÍTULO III RESULTADOS

3.1	<i>Resultados de la aplicación de instrumentos de investigación y análisis de datos</i>	38
3.2	<i>Interpretación de datos</i>	38
3.3	<i>Análisis tabla cualitativa</i>	54
	<i>Conclusiones</i>	56
	<i>Recomendaciones</i>	57
	<i>Bibliografía</i>	58
	<i>Anexos</i>	59

RESUMEN

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

Los medios de comunicación y el periodismo han experimentado grandes cambios a lo largo de la historia. Y sin duda una de las herramientas que han contribuido en esos cambios es la tecnología. Es así que la prensa ya no solo se imprime y distribuye a través del papel para satisfacer las necesidades de los lectores, ahora basta con sentarse frente a un computador conectarse a Internet y tener acceso a los mejores e importantes diarios del mundo en temas de información, entretenimiento y servicio.

La Internet se ha convertido en el gran aliado de los medios de comunicación; este fenómeno digital ha llevado a que radios, periódicos y cadenas de televisión utilicen este mecanismo para expandir sus campos de acción; quienes no lo hacen se quedarán rezagados a la inmediatez, hipertextualidad y a la multimedialidad; herramientas que le permiten al medio ofrecer a los usuarios mejores servicios y ser mayormente competitivos. De ahí la importancia de la realización de un trabajo de investigación que permita conocer la realidad de los medios de comunicación en el Ecuador y otros países que están incursionado en la utilización de la red con herramientas Web 2.0.

Esta propuesta permitirá establecer la situación actual sobre el manejo de información para la web en los medios de comunicación del Ecuador y en otros países del mundo. Para ello se ha investigado el tratamiento de la información en Diario La Hora y Diario La Información de España, conociendo su estructura organizacional tanto digital como tradicional y analizado la accesibilidad de contenidos de los sitios web de los medios digitales.

INTRODUCCIÓN

La tecnología esta influyendo de manera permanente en la forma en que la gente se esta comunicando, un claro ejemplo de esto es internet que mediante sus herramientas y constante innovación permite que sus usuarios interactúen con todo lo que el ciberespacio contiene.

Es por ello que los medios de comunicación no son la excepción y más aun la prensa, que al pasar de los años ha estado preocupada de cómo reciben la información sus lectores y la inmediatez con la que lo hacen.

Hoy en día la web 2.0 permite que la noticia en algunos casos la recibamos el mismo momento en que se esta desarrollando. Ahora, las noticias se redactan en el lugar de los hechos gracias a estas herramientas. Por esto, es necesario que el comunicador se familiarice y se capacite en el uso de las herramientas web 2.0 para estar a la vanguardia de los hechos y transmitir mejor su información; siendo siempre críticos, objetivos y brindando al usuario final lo que necesita.

Hay que adicionar que la web 2.0 está provocando que los usuarios dejen la posición pasiva de simplemente leer los contenidos y pasen a crearlos dando como resultado el feed back tan deseado por todos los comunicadores.

Con este antecedente, la presente investigación presenta un análisis del tratamiento que recibe la información que es transmitida por Diario La Hora en su edición digital e impresa y contrastar como lo hace Diario la Información de España en su edición digital; con la finalidad de determinar la importancia del uso de las herramientas web 2.0 y su efecto en los medios de comunicación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Comunicación

La historia de la comunicación tiene su origen millones de años atrás; el hombre, desde que existió, buscó siempre una forma, aunque ésta sea primitiva de comunicar sus pensamientos y sus acciones. La historia de la comunicación define a ésta última como la transmisión y recepción de ideas, mensajes e información; en los últimos años se fueron desarrollando distintas formas que nos permitieron acceder a diferentes tipos de comunicación: visual, verbal, escrita, auditiva, etc.

Pero en su definición más estricta, comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro. De hecho, muchos estudiosos de la comunicación toman esta conclusión como una definición de trabajo junto a la sentencia de Lasswell "quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto", como maneras de circunscribir la teoría de la comunicación. Y es con estos preceptos básicos que se da la comunicación en los medios convencionales.

Es precisamente Aristóteles el primero en tocar el problema de la comunicación e intentar crear una teoría de la misma en su obra "La Retórica" (334 - 332 a.C.)¹. Su punto de trabajo fue esencialmente la persuasión. En la década de 1.930, en los Estados Unidos, un grupo de científicos sociales se interesaron por los estudios de la comunicación, motivo por el cual se conoce a sus integrantes como los "padres de la comunicación". Ellos son: Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland.

Los estudios sobre la comunicación se intensificaron después de la II Guerra Mundial² debido al gran interés en encontrar posibilidades de control social aportado por los mecanismos comunicativos. Se multiplicaron entonces los modelos gracias al surgimiento de las distintas escuelas sociológicas que se han aproximado al estudio de esta disciplina.

¹ Apuntes Teoría de la Comunicación (PUCESI)

² Apuntes Teoría de la Comunicación (PUCESI)

³ Apuntes Teoría de la Comunicación (PUCESI)

Un modelo simple de comunicación es: con un emisor que transmite un mensaje a un receptor.

Por ejemplo: Claude Elwood Shannon y Warren Weaver en 1949 presentaron el modelo de comunicación basado en una fuente de información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación o canal de comunicación, el cual podría ser interrumpido o distorsionado por el ruido y que llega a un decodificador y de este al receptor el cual podría emitir a su vez una respuesta.

Dos brillantes ingenieros americanos, Claude Shannon y Warren Weaver³, diseñaron uno de los modelos contemporáneos de la comunicación electrónica más usados, que explica por ejemplo, un circuito radiofónico o telefónico. En la década de los años cincuenta, Wilbur Shramm adapta el modelo anterior al sistema de comunicación humana, sustituyendo transmisor y receptor por comunicador y preceptor.

La comunicación inició con rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica. Los jeroglíficos fueron un sistema de escritura inventado y utilizado por los antiguos egipcios para comunicarse desde la época predinástica hasta el siglo IV. El sistema de escritura egipcio comprende tres tipos básicos: jeroglífica, hierática y demótica. Luego vendría la invención del alfabeto y del papel, para posteriormente llegar a lo que en ese tiempo sería uno de los mejores descubrimientos: la invención de la imprenta de manos de Johannes Gutenberg en los años 1400 d.C.

Muchos países se atribuyen para sí la gloria de la invención de la imprenta. Los holandeses mantienen que su inventor fue Coster, en la ciudad de Haarlem, mientras los franceses aseguraron durante años que la imprenta era un invento de los orfebres de Estrasburgo. Hacía tiempo que se conocía en Europa la prensa y las aleaciones de los metales necesarios para la fabricación de los tipos móviles⁴. Hasta 1449 y años anteriores, los libros eran difundidos a través de copias escritas a mano por religiosos.

De ahí vendrían las invenciones del teléfono, el cine, la radio, la televisión. Instrumentos que han posibilitado el avance en las formas de comunicación del hombre y en avance de la misma humanidad. Ahora estamos en la era digitalizada, teniendo como mayor

⁴ <http://www.portalplaneta>

representante al Internet. Herramienta que está revolucionando los procesos comunicacionales de las sociedades modernas.

Internet cambió todo tipo de concepción sobre las fuentes y las formas de la comunicación, hoy se ha convertido en un medio masivo por el cual no sólo se comunica la gente, sino también que es de forma más rápida, además de escribir, existe la posibilidad de intercambiar fotos, programas, música y archivos de todo tipo; es un medio que seguirá sin duda evolucionando. Pero no en todos los casos es un método seguro; pues ya se habla del espionaje y fraude a través de la red.

1.2 Definiciones

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española comunicación es “acción y efecto de comunicar o comunicarse”.

Abraham Moles afirma que la comunicación es la acción de hacer participar a un individuo situado en un tiempo o en un punto dado de las experiencias de otro individuo u organismo situado en otro tiempo o en otro lugar, utilizando elementos de conocimiento que tienen en común.

Bernard R Berelson, comunicólogo estadounidense, dice que la comunicación es: "La transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, a través de símbolos palabras, imágenes, figuras, gráficos y otros". Es decir, la comunicación esta hecha para dar a conocer a otros las emociones, sentimientos, formas de pensar, situación en la que se encuentra y más a través de ciertos símbolos, signos y palabras que permitan darse a entender con las demás personas que le rodean.

Nicholas Negroponte⁵ dice que la “Comunicación” es un término que, desde la perspectiva de hoy, describe pobremente el tejido social del futuro. La sociedad futura será entendida como una gigantesca red de comunicación de todo tipo de informaciones y servicios. Una de las herramientas que ha posibilitado este proceso es la utilización de la web 2.0.

⁵ <https://www.ucm.es/info/especulo/numero1/negroponte.htm>

Aristóteles señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender. Aristóteles creó el primer modelo de comunicación, y posiblemente el más conocido el “retórico”.

Umberto Eco dice que el proceso de comunicación será siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo sino que solicite una respuesta interpretativa del destinatario; por lo tanto toda comunicación debe tener un resultado, una respuesta o un cambio. Podríamos relacionar esta definición al fenómeno que se está viviendo en el campo de la comunicación a través de Internet; en donde los medios reciben respuestas casi inmediatas de los usuarios de la red a través de los chats, blogs, correos electrónicos, creative commons, wiki, Messenger etc.

C. I. Hovland⁶ define a la comunicación como: “el proceso por medio del cual el individuo (comunicador) trasmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar el comportamiento de otros individuos (perceptores)”.

Para Robert E Park la comunicación es un proceso o forma de interacción que es interpersonal y social en un estrecho sentido.

Kurt Lewin: Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

André Martinet: Es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí.

David K. Balo: Es un proceso mediante el cual un emisor trasmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor. Es decir la comunicación es el proceso de transmitir y recibir ideas, información y mensajes entre individuos a través de medios o canales.

⁶ Apuntes Teoría de la Comunicación (PUCESI)

1.3 Los medios de comunicación

De la comunicación directa, personal, se pasa a una comunicación pasiva. Esto quiere decir que cuando las implicaciones del mensaje van más allá de las propias fronteras, se debe recurrir a medios técnicos para ampliar el contenido y la fuerza de lo que se quiere comunicar.

Se pasa de la esfera humana a la esfera social y masiva. El proceso comunicacional sigue siendo el mismo, lo que cambia son los medios utilizados. Ya no se centra solamente en las personas, sino que se requiere de ciertos instrumentos de carácter técnico para ampliar los contenidos de los mensajes y, en consecuencia, elevar el radio de acción y las posibilidades de lograr mayores efectos.

Esta creación de nuevos medios se dio en forma gradual. Después de la escritura cuneiforme, se produjo una revolución cultural con la invención de la imprenta (siglo XV). Gracias a ella, la palabra escrita pudo llegar a miles de personas, comenzó a hacerse masiva. Surgieron luego: el periódico, el alfabeto Morse, el telégrafo y más tarde: el cinematógrafo, la telegrafía sin hilos, la radio, el radar y en 1.940 la televisión.

Para la historia de los medios de comunicación es un punto de inicio la aparición de la imprenta. La imprenta fue inventada por los chinos siglos antes, pero en la Alta Edad Media se utilizaba en Europa para publicar panfletos publicitarios o políticos, etiquetas, y trabajos de pocas hojas, para ello se trabajaba el texto en hueco sobre una tablilla de madera, incluyendo los dibujos.

Gutenberg en vez de usar las habituales tablillas de madera, que se desgastaban con el poco uso, confeccionó moldes en madera de cada una de las letras del alfabeto y posteriormente relleno los moldes con hierro, creando los primeros «tipos móviles».

“La imprenta de Gutenberg es una adaptación de las prensas utilizadas para exprimir el jugo del racimo de uva en la elaboración del vino. Después de la invención del tipo y de la adaptación de la prensa vinícola siguió experimentando con la imprenta hasta conseguir un aparato funcional. A partir de la cual surgieron en el mundo los primeros periódicos masificándose de alguna manera la comunicación⁷. Después de este paso vendría la prensa

⁷ <http://www.wikipedia.com>

- periódicos, la radio, el cine, y la televisión que son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno.

El mundo gira alrededor de estos inventos que revolucionaron a la humanidad y que desde su creación hasta ahora en algunos casos reciben halagos y en otros oprobios. Pero la evolución de los medios no se quedó con esos inventos. Con un aliado estratégico: la tecnología, los medios de comunicación día a día cambian. Incluso varias corrientes consideran que los medios de comunicación pasaron a ser parte de la tecnología. Ésta que responde a nuevas necesidades de comunicación humana, porque suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, el caso de Internet, que permite nuevas formas de comunicación, trabajo o comercio.

1.4 Tipos de Medios de Comunicación

Cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban):

1.4.1 Medios Masivos

Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. Entre los medios masivos están: la Televisión, la radio, los periódicos y el Internet.

1.4.2 Medios Auxiliares o Complementarios

Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

1.4.3 Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.

Cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación:

1.4.1.1 Medios Masivos

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

1.4.1.2 Televisión

Es considerada como el medio clásico de comunicación, por tal razón siempre se ha encontrado en el debate social, político y educativo. Este medio se ha pensado como una alternativa para el mejoramiento de la calidad de vida. Es un medio audiovisual masivo que combina imagen, sonido y movimiento.

Sus principales ventajas son: buena cobertura de mercados masivos; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.

Entre sus principales limitaciones se encuentran: costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.

La televisión, más conocida como TV, es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP).

La TV en Ecuador

En el año de 1954 un norteamericano de apellido Hartwell encontró un equipo abandonado en las bodegas de General Electric en Syracuse, New York, y fue hasta 1959 que dichos equipos llegaron hasta Quito. En se mismo año fue que la televisión pasa a manos de los protestantes, es ahí cuando la Unión Nacional de Periodistas lleva esos equipos a la HCJB, para realizar una feria celebrada en el Colegio Americano y ver la televisión en blanco y negro.

Fue en 1960 que gracias a la feria de Octubre que la televisión llega al puerto de Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, que ahora denominada como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar; así es como nace la televisión en el Ecuador, siendo esta la primera empresa comercial que fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión.

La industria televisiva era privada nace como un modelo anglo, siendo el Estado dueño de las frecuencias para esto se reservaba el derecho de concederlas, y esta transmitía programas estatales de educación y salud. Fue en la década de los sesenta que marca en el país un notable desarrollo es así que nace Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro , Canal 10.

Las primeras transmisiones se hicieron el 12 de Diciembre de 1960 es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana.

La TV y su influencia

El mirar televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de niños y adolescentes. En un artículo publicado en Internet por “educar.org”⁸, se dice que los niños en los Estados Unidos miran la televisión durante un promedio de tres a cuatro horas al día; lo que significa que para el momento en que se gradúan de la escuela secundaria habrán pasado más tiempo mirando televisión que en el salón de clase.

Sostiene que mientras la televisión puede entretener, informar y acompañar a los niños, también puede influenciarlos de manera indeseable. Añaden que la violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. De ahí que dicen que los jóvenes fáciles de impresionar y por la carencia de una educación en valores pueden asumir, no en todos los casos, que lo que ven en televisión es lo normal, es seguro y es aceptable. Por consecuencia, la televisión también expone a los niños a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser abrumadores y difíciles de comprender. Un papel casi similar esta jugando el Internet. Niños y jóvenes se pasan horas de horas, conectados a la red en muchos de los casos sin control.

⁸ <http://www.educar.org/articulos/television.asp>

El tiempo que se pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social.

De ahí surge el debate si la TV es un medio informativo, educativo o de entretenimiento. Se podría hablar que su función puede conjugar los tres elementos.

1.4.1.3 Radio

Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

Es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación.

Según Lamb, Hair y McDaniel⁹, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Además, según los mencionados autores, los radioescuchas tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo.

Sus principales ventajas son: buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez. Sus principales limitaciones son: solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

La radio en Internet

¿Podemos hablar con precisión de radio en Internet? ¹⁰ Una respuesta más inmediata sería afirmativa: sólo cabe teclear, por ejemplo, las direcciones de cualquiera de las cadenas

⁹ Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 360 al 376.

¹⁰ <http://www.cadenaser.com>

<http://www.cope.es>

radiofónicas y comprobar que están presentes en la red. Pero si observamos con atención las páginas que nos ofrecen, probablemente cambiemos de opinión: estamos en Internet, sí, pero ¿esto es radio? Los datos y las imágenes que acompañan a los sonidos nos obligan a dudar. No, no es radio en sentido tradicional, es más que radio, es sonido contextualizado con imagen e información escrita, además de la emisión estricta de la programación convencional que oferta cada una de las cadenas radiofónicas en Onda Media o Frecuencia Modulada. Por eso, en Internet descubrimos dos tipos de prestaciones sonoras: la radio en sentido estricto, tal y como la conocemos, con una emisión continuada y una programación estructurada sujeta a una temporalidad y, por otro lado, una serie de informaciones escritas sobre diversos contenidos, apoyadas por imágenes y enriquecidas con material sonoro.

El sonido informativo se extiende por toda la red y no es dominio exclusivo de las cadenas radiofónicas, sean del tipo que sean.

Internet impone unos nuevos hábitos de consumo que ahora comienzan a diferenciarse de los que conocemos para la radio. En primer lugar, se detecta una multiplicación de canales que tratan de responder a la demanda de una mayor audiencia con variedad de intereses frente a la definición más acentuada de los oyentes de radio. Y así la audiencia radiofónica se limita a un determinado territorio y, por tanto, es siempre más reducida frente la audiencia de la red que tiene vocación universal con la única barrera del idioma; es decir, mientras las emisiones radiofónicas satisfacen necesidades comunes, Internet es capaz de resolver inquietudes personales, gracias a sus mayores prestaciones, en especial, al acceso a una gran cantidad de información más diversa que la de la radio. La red ofrece cabida a usuarios con intereses más diferenciados que la audiencia radiofónica.

La propia tecnología informática favorece un grado de interactividad que en modo alguno alcanzan las emisoras tradicionales. Es el propio usuario el que no sólo puede seleccionar un contenido en el momento en que precise sino el que, además, tiene capacidad para demandar un tema concreto tratado de una determinada manera.

“Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un

<http://www.rne.es>

<http://www.ondacero.es>

*autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad”*¹¹

1.4.1.4 Periódicos

Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: vida corta; calidad baja resolución; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

Durante el siglo XIX hasta el principio del siglo XX el medio de comunicación más importante, y casi el único, fue la prensa, porque no existía otro medio capaz de competir con ella. Llegaba a todas las clases sociales desde la gente rica a la gente menos adinerada. Después de algunos años, a los diarios de información se le sumaron también revistas económicas y financieras, culturales, deportivas, para niños, para hombres, para mujeres, etc. Por eso se hizo aún más masiva y pudo alcanzar a un público que no le interesaba sólo leer noticias, sino que quería saber de algo más.

Las noticias tardaban entre una a tres semanas para llegar a los lectores, llegaban a través del telégrafo al medio, y una vez editadas, se distribuían o se las enviaba a la gente por correo. Con la aparición de nuevas tecnologías, surgen nuevos diarios como los regionales y locales, reemplazando a los grandes diarios nacionales, con lo que la información llega más rápido

En los últimos años, la prensa ha aprovechado internet para crear diarios con elementos que no se podrían incluir en el papel, como videos y sonidos. Esto crea una ventaja para el lector. Incluso hay diarios que son sólo virtuales y no se publican impresos. También han aparecido diarios gratuitos con lo que la gente consigue periódicos sin la necesidad de

¹¹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Op. cit.*, p. 22.

pagar para informarse. Estos diarios se financian a través de la publicidad y están captando más lectores que los diarios que hay que pagar para leer.

1.4.1.5 Internet

Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales.

Las ventajas de este medio son: Selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; capacidades interactivas.

Entre sus principales limitaciones se encuentran: Acceso limitado, público diverso; el público controla la exposición.

1.5 Web 2.0

Christian Van Der Henst S. afirma que: "la Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología". El termino web 2.0 fue dado por O'Reilly Media en 2004.

La Web 2.0 es el resultado de la evolución de las aplicaciones web; las mismas que están enfocadas directamente al usuario, es decir, aplicaciones que permiten interactuar a los mismos, reemplazando así, y de manera muy eficaz a las aplicaciones tradicionales.

Esta nueva generación de web se basa en comunidades de usuarios y brinda una extensa gama de servicios, de esta manera fomenta el intercambio ágil de información, agilitando el proceso de comunicación entre las distintas redes sociales.

Hay que adicionar que la web 2.0 está provocando que los usuarios dejen la posición pasiva de simplemente leer los contenidos y pasen a crearlos dando como resultado el feed back tan deseado por todos los comunicadores.

1.5.1 Web 2.0 y su incidencia en los medios de comunicación

La web 2.0 incide de tal manera en los medios de comunicación que los obliga a pasar de la transmisión a la participación; modelo en el cual debe haber mayor participación del receptor con el emisor, rompiendo los esquemas de los medios de comunicación

tradicionales. Este es el caso de la prensa donde su sitio web no era más que una copia de su trabajo impreso; limitando al usuario ha ser un simple espectador.

La web 2.0 atraviesa paradigmas, permitiéndole al usuario interactuar y colaborar en la creación de productos comunicacionales, construyendo una comunicación dinámica.

1.5.2 Herramientas más utilizadas en la web 2.0

E-mail

Nos permite mediante mensajes de correo electrónico enviar-recibir, texto y todo tipo de documentos digitales.

En la mayoría de casos no tiene costo la creación de una cuenta de correo electrónico y en algunos casos ha desplazado al correo tradicional para el envío de información. Su respuesta puede ser inmediata una vez que el destinatario reciba un documento en forma digital, y logra administrar su correo con un buzón digital.

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.

Puedes entablar comunicación con amigos, familiares, compañeros de trabajo e incluso con gente desconocida, sólo tienes que elegir la sala y checar que la persona esté en línea. Es un medio muy económico porque te puedes comunicar a cualquier parte del mundo y no tienes que pagar llamadas de larga distancia.

Un chat está conformado por una o varias salas o canales, los cuales son cuartos virtuales en donde la gente se reúne para comunicarse e intercambiar ideas sobre un tema en particular, o puedes platicar en privado con personas conocidas o desconocidas. Puedes crear tu propio "club de amigos" o hacerte miembro de alguno de los clubes que ya existen, estos clubes están clasificados por temas como salud, romance, medicina, música, cine, cultura, etc.

Técnicamente podemos decir que los chat room son lugares virtuales que se encuentran en un servidor de Internet el cual administra todos los mensajes, tanto los que mandas como los que recibes.

Se necesita una computadora con capacidad media e instalar en ella uno de los programas diseñados para chatear como el ICQ, AOL instant messenger, IRC, Yahoo Messenger, MSN messenger que son los más conocidos y que puedes descargar de Internet en forma gratuita.¹²

Podemos concluir que es la comunicación escrita e interactiva de manera inmediata entre dos o varios usuarios a través de internet ubicados en diferentes partes del planeta.

Blog

Un estudio sobre el uso de internet en general en Latinoamérica realizado por la consultora Comscore obtuvo los siguientes resultados:

- El usuario promedio latinoamericano navega unas 29 horas.
- En el número de usuarios de internet (no necesariamente las conexiones a internet) el ranking muestra lo siguiente:
 1. Chile, que arrasa con un 45% de su población mayor de 15 años
 2. Puerto Rico, con un 26%
 3. Argentina, peleando el 2º lugar con un 24%
 4. México, ya más lejos con un 14%
 5. Brasil, con un 11% cierra la tabla de los países con más usuarios
- Los servicios de internet más usados son, en su orden: Los sitios de Microsoft, Google, Yahoo!, Terra (el sitio de Chile), Mercado Libre, Wikipedia, UOL, y Fox.

Ahora bien, un nuevo estudio sobre blogs en Latinoamérica muestra que el 80 % de los usuarios latinoamericanos leen blogs, en tanto que un 34% los lee al menos una vez al mes. De lo que más se lee es de entretenimiento, tecnología, noticias o experiencias personales.

Los blogs se han convertido en una alternativa para los latinoamericanos en la red, con especial fuerza en países donde los blogs son muy fuertes como los chilenos o los argentinos.

¹² <http://www.ciberhabitat.gob.mx/cafe/chat/index.html>

Dice el blogger de Canut & Geek que estos resultados son muy interesantes, ya que así puede replantearse el propio trabajo como bloggers. Este y otros análisis son detalladamente explicados en el blog de Tendencias Digitales, organización que estudia específicamente estos temas.¹³

Por lo general en los artículos de un blog los usuarios pueden escribir sus comentarios y el autor puede darles o ampliar su respuesta, estableciendo un diálogo entre los dos.

Hay que tener en cuenta que el autor del blog elige que se publica y lo que no; los blogs pueden darse de cualquier tema.

Foro

El foro es el ordenamiento cronológico de respuestas de un debate realizado en la web de un tema cualquiera, al que varios usuarios acceden para dar su opinión sobre un tema en particular.

Hi5

Es una red social global destinado a jóvenes donde más de 50 millones de miembros han creado sus cuentas y páginas personales.

En Hi5 se conectan desde Desde Miami a Mumbai, desde Lima a Lisboa, Sydney a San Francisco y son solo unos ejemplos de la diversidad de jóvenes de distintos lugares que se registran en esta red social, en Hi5 los jóvenes llegan a estar en contacto con amigos, conocen gente nueva crean y exploran nuevos contenidos siendo esta una forma de expresarse.

Si bien es cierto en Hi5 los miembros descubren nuevas amistades también esta red social ofrece una plataforma para que artistas y la gente común ganen presencia entre un público mundial. Los miembros de Hi5 expresan sus opiniones y aumentan la importancia de un artista, una persona o una pieza de contenido como por ejemplo una campaña de Marketing Social.

¹³ <http://www.igoooh.com/notas/de-estadisticas-y-blogs-en-latinoamerica>

Cada día millones de personas en todo el mundo se reúnen para descubrir, conectarse y comunicarse en Hi5. Una de las características que he visto en hi5 es la gran cantidad de paginas personalizadas ya sea agregándole elementos como fondos, layouts, animaciones, textos, gráficos, cursores, vídeos y un etc. de elementos personalizados.

Esta plataforma social actualmente está participando en el proyecto Open Social que es la Api desarrollada por Google para poder acceder a diversos datos de las diferentes redes sociales de una forma estandarizada ya que para poder hacer uso de las Api's de las distintas redes sociales es algo complicado y según algunos era como aprenderse un nuevo lenguaje de programación.¹⁴

Hi5 fue creado en 2003 y fundado por Ramun Yalamanhis. Para acceder a este servicio, los usuarios, deben tener una cuenta de correo electrónico.

Podemos concluir que esta red social, es mucho más que un sitio donde creas tu propia página y puedes subir fotos, comentarios, recibir videos, además de otro tipo de comunicaciones entre amigos y grupos en red. Es una comunicación diferente es una comunicación con herramientas web 2.0.

MetroFlog

Es un espacio de blogs fotográficos, usado en su gran mayoría por adolescentes. Se puede acceder de fácil manera: con una cuenta de correo electrónico.

Wikis

En la enciclopedia digital wikipedia (www.wikipedia.org); se explica que un wiki, o una wiki, es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o "páginas wiki" tienen títulos únicos. Si se escribe el título de una "página-wiki" en algún lugar del wiki, esta palabra se convierte en un "enlace web" (o "link") a la página web.

¹⁴ <http://myspace.wihe.net/hi5/>

Explican también que la aplicación de mayor peso y a la que le debe su mayor fama hasta el momento ha sido la creación de enciclopedias colaborativas, género al que pertenece la Wikipedia.

La mayor parte de los wikis actuales conservan un historial de cambios que permite recuperar fácilmente cualquier estado anterior y ver 'quién' hizo cada cambio, lo cual facilita enormemente el mantenimiento conjunto y el control de usuarios destructivos.

MySpace

Es un sitio de interacción de usuarios, que está estructurado por perfiles personales que contiene redes de usuarios que utilizan blogs.

Además, les permite compartir música, video, fotografía y su ventaja es que cuenta con un buscador interno.

1.6 Propiedad intelectual en la red

En la actualidad internet es conocido como el mundo sin ley regido por el lema de que si algo está publicado puedo apropiarme de él. Lamentablemente la mayoría de obras que se encuentran en la red están expuestas a la piratería, perjudicando de esta forma a sus autores. Esto, a pesar de que los contenidos web tienen una regulación que protege los derechos de autor; siempre y cuando, éste se encuentre registrado. Dicha protección se extiende también para las páginas web ya que son consideradas como creación intelectual.

Es necesario que todos tomemos conciencia y culturicemos el hecho de respetar la propiedad intelectual, tomando en cuenta los derechos de autor, y en caso de utilizar sus contenidos contar con el consentimiento del autor o registrar las páginas de las que se obtiene información.

Hay que recordar que la violación de la propiedad intelectual es un delito, con penas desde multas representativas hasta privación de la libertad.

1.7 La comunicación digital

La comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, tal como lo sentenció Lasswell (1936) hace más de 70 años: "quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto".

Es decir, la comunicación tiene un carácter social que comprende a todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información.

A fines del siglo XVIII, surgen los medios de comunicación de masas o mass media como resultante de un proceso social y un modelo de vida muy concreto: la sociedad emergente de la revolución industrial que provoca cambios radicales en la economía, la política, la forma de vida y en los lazos entre las comunidades.

Hacia el final del siglo las empresas periodísticas introdujeron innovaciones técnicas y mejoraron los métodos de recogida de noticias y los sistemas de distribución. A ello contribuyeron la mecanización de la imprenta, las mejoras en la fabricación del papel y la tinta, la extensión del ferrocarril, etc. Hombres de negocios crearon empresas informativas rentables, como el periódico The Times que apareció en 1785.

Hacia finales del siglo nació en Londres el primer dominical: el Weekly Meseger, fundado en 1796 por Jon Bell. Estos periódicos, tenían como finalidad el entretenimiento, la narración de crímenes y aventuras.

La lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a miles de personas que muy eventualmente generarán un feedback. Con diferencias de estilos y características tanto la radio, la televisión y la prensa, se sustentan sobre esta lógica unidireccional, jerárquica y de uno a muchos.

Así funcionó el sistema hasta la irrupción de los nuevos medios basados en tecnologías digitales que alteraron el esquema comunicacional clásico. Gracias a los bits el receptor puede dejar su estado pasivo y convertirse en emisor y enviar su mensaje a otros miles de receptores/emisores que, a su vez, envían sus propios mensajes desarrollando así una estructura en red.

1.7.1 Principales características

En 1995, el matemático Robert K. Logan (1995) sostuvo que internet constituye un lenguaje, el sexto lenguaje, en una cadena evolutiva que comienza con el habla, la escritura, la matemática, la ciencia, la informática y el aprendizaje. Y sostiene que internet tiene su propia semántica y sintaxis (hipertextos e hipervínculos) y define tres características esenciales de este lenguaje:

- Comunicación de ida y vuelta
- Fácil acceso a la información
- Aprendizaje continuo, alineación, integración y comunidad.

Años más tarde, el profesor de origen ruso Lev Manovich al desarrollar la primera teoría de los nuevos medios enmarcada en la historia de las culturas mediáticas y visuales define a la computadora y a las redes emergentes como un “metamedio” (Manovich, 2006). Y para analizarlo prefiere apartarse “de las categorías conocidas como la interactividad y el hipermedia”. En cambio, pone el foco en el hecho de que el código binario permite una convergencia tecnológica antes nunca vista: la traducción de textos, imágenes, videos, películas, audio a datos numéricos a los que se accede a través de las computadoras. El resultado de esta traducción son los nuevos medios. Es decir “pura y llanamente otro conjunto de datos informáticos”. Así, reduce todos los principios de los nuevos medios a cinco:

Representación numérica; modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación cultural.

1.8 Los medios digitales

Más que simples páginas cargadas con información, internet es un sistema complejo que permite no sólo la interacción humana y tecnológica sino que es capaz de automodificarse: es autopoietico.

Entender la complejidad de lo digital es la clave para manejarse en la red, pero también para poder pensarla sin quedarse suspendidos, vagamente, en la línea de flotación.

Desde otro ángulo, Lawrence Lessig, creador de la licencia Creative Commons y uno de los estudiosos que más críticamente analizó el aspecto legal en Internet, fue el primero en remarcar la importancia del código digital como regulador del ciberespacio al afirmar que “la arquitectura (del software) es la política (de la red)”. El especialista Ariel Verselli lo explica así: “El código ordena el tiempo-espacio de internet, guía la asociatividad, y controla las delegaciones en el entramado sociotécnico. El código es aquel regulador que controla la actividad o proceso que se da en los extremos periféricos de internet: o sea, el espacio de las aplicaciones de internet, aquel lugar donde se encuentra la interfaz que relaciona, simbióticamente los actores humanos y los actantes no-humanos”.

A diferencia de los reguladores sociales clásicos como las leyes y el mercado, el código tiene una forma regulativa específica: el bloqueo/ exclusión, a través de los cuales limita el espacio y las conductas permitiendo o denegando accesos. O sea, regula nuestra participación digital con tanta o mayor fuerza que cualquier ley.

1.9 Redacción para la Web

1.9.1 El lenguaje en la red

En el artículo titulado “Los medios de comunicación digitales” de la Agencia EFE, Salamanca se describe que “Los medios de comunicación electrónicos o digitales son los que presentan un mayor «desaliño» en los distintos niveles del lenguaje, tanto en el ortográfico como en la tipografía y la sintaxis. Como argumentaciones ponen a la inmediatez y rapidez en la elaboración y envío de las informaciones. Esa conclusión surgió en el "Encuentro sobre el español en los medios de comunicación", dirigido por el responsable del Departamento de Español Urgente de la Agencia Efe, Alberto Gómez Font, y el integrante del Consejo Superior de Investigaciones Científicas Leonardo Gómez Torrego.

El artículo recoge entre las principales conclusiones: que el lenguaje de los medios es ahora "la principal referencia en la que se fija la Real Academia Española (RAE) para efectuar cambios y añadir normas en muchos niveles de la lengua", y que "muchos fenómenos considerados incorrectos hasta no hace mucho hoy están legitimados en el último Diccionario de la RAE (2001)

Señalan también que la Academia es "cada vez más receptiva a los avatares del lenguaje periodístico". Los expertos consideran que la RAE "toma como modelo la lengua de la prensa para elaborar sus obras léxico-gráficas", por lo que resulta "fundamental" que unos y otra "trabajen en buena relación en pro de la unidad de la lengua en los medios de comunicación".

Otra de las conclusiones se refiere a la comunidad hispanohablante, e indica que los medios contribuyen a la "homogeneidad y uniformidad" de la lengua culta en ambos lados del Atlántico y "promueven un español estándar con voces y construcciones gramaticales comunes para todos, lo que se refleja sobre todo en la transmisión de telenovelas".

1.9.1.1 Interactividad

Uno de los ejes fundamentales que diferencian a Internet de otros medios de comunicación es la interacción y personalización de la información con el usuario, que permite desarrollar contenido "en el aire" dependiendo de, por ejemplo, el perfil del visitante o los datos que completó en un formulario.

Existen diversas definiciones: aquellas que ponen el acento en el programa multimedia; las que lo hacen en el usuario y una tercera, que representa el enfoque adoptado por Multimedia Machine.

En el primer caso, definimos la interactividad como la demanda de acción que efectúa el producto multimedia al usuario. Esta acción/reacción puede tener distintos medios de expresión: tocar la pantalla, entrar texto en un determinado campo, realizar determinadas manipulaciones usando el mouse –click, doble click, arrastrar y tirar, etc.

Desde el punto de vista del usuario, interactividad es la cantidad de control que éste tiene sobre los contenidos. El más bajo de estos niveles de interactividad es el agotado y agotador recurso de teclear una y otra vez enter –lo que algunos, con indudable gracia, han dado en llamar "interactividad". Mientras que un alto grado de interactividad, en cambio, implica una modificación en la propia estructura del "relato" multimedia: se pasa de una presentación lineal donde todo el control es del autor a la multilinealidad donde el control es del usuario. El usuario es así el dueño de la secuencia y del tiempo dedicado al contenido.

Cuánto más alto el grado de interactividad mayor es la complejidad del producto y por lo tanto exige mayor tiempo de desarrollo y tiene un más alto costo.

1.9.1.2 Multimedialidad

Habitualmente se considera que un mensaje multimedial está constituido por más de un lenguaje: texto, imágenes, sonidos. Podríamos agregar que el término está destinado a cierto tipo de mensajes donde la condición tecnológica constituye el soporte para que éste se considere multimedia.

La condición tecnológica referida a la digitalización de los diversos códigos, por lo que tanto palabras, como sonidos, imágenes fijas o en movimiento se traducen a un mismo código digital, aparece en cierto modo como una condición imprescindible del mensaje multimedia. En este caso lo multimedial estaría definido por el soporte agregado a las características de suma de códigos.

Por otro lado, cuando se aplica como adjetivo, el término multimedia se relaciona a realidades bastante diferentes, por ejemplo, cuando se dice "Comunicación multimedia" o "empresa multimedia". El primer término se refiere a la conjunción de diversos formatos, que integran textos, voz, imágenes, música; y en general supone un cierto nivel de interactividad por parte del usuario. De ahí la expresión "multimedia interactivo". Mientras que en segundo lugar, por "empresa multimedia" se considera a un conglomerado de empresas que abarcan distintos "media" o medios: diarios, revistas, televisión, radio e Internet.

1.9.1.3 Hipertextualidad

Un texto es concebido como un conjunto de ideas relacionadas entre sí en torno a un tema en común. Es decir, dentro de estas definiciones se observa la idea de tejido o entramado de la información ya que el término texto alude a tejer un producto.

De manera que, un hipertexto va a constar de unidades de información (nodos en red) que están interrelacionadas a partir de referencias cruzadas o enlaces (los conocidos "links") de distintas clases, por lo que se puede dar una organización multidimensional. Generalmente, un hipertexto puede incorporar otros formatos para las unidades de información. Nos referimos a las imágenes, sonidos, cuadros, simulación videos, etc.

Técnicamente un hipertexto es un conjunto de nudos ligados por conexiones. Los nudos pueden ser palabras, imágenes, gráficos o partes de gráficos, secuencias sonoras, documentos completos que a veces pueden ser hipertextos. Funcionalmente, un hipertexto es un ambiente para la organización de conocimientos o de datos" (LEVY, 1998)

1.9.1.4 La Inmediatez

La inmediatez es una carga demasiado pesada para quien pretende escribir acerca de lo real. La ausencia de perspectiva impide que las cosas alcancen la dimensión apropiada para ser dichas.

Solemos considerar que los acontecimientos más próximos a nosotros son los que necesitan de análisis claros, de tiempo y espacio suficientes para ser pensados.

Escribir al hilo de la realidad más inmediata se convierte así en un desafío que sólo está al alcance de unos pocos.

En la inmediatez ha jugado un papel valioso el uso de equipos móviles enviando textos, imágenes y video. La inmediatez, es una de las características de los medios digitales. Esto ha permitido conocer hechos relevantes en cuestión de minutos y en la red lo es mucho más. Sin embargo esa inmediatez, conlleva, en algunos casos, a un eminente problema: la información puede estar sujeta a errores, falta de confrontación de fuentes, siendo menos objetiva y de menor calidad. De ahí la importancia de la capacidad y el profesionalismo de los equipos periodísticos que manejan los medios digitales.

1.10 Los diarios digitales

Las ediciones online de los diarios están transformándose silenciosamente. Las arquitecturas buscan orientarse a usos más flexibles y personalizables. Después de una década online, los diarios están diseñando su naturaleza virtual.

La explosión de Youtube y las nuevas formas de leer en la web, relacionada directamente con la participación de los usuarios, están influyendo sensiblemente a los diarios online. El

Washington Post –un pionero del multimedia- no para de renovarse. En la escena local, Clarín es el que por ahora va más lejos.

Porque si los blogs marcaron la matriz participativa y de actualización, YouTube generó –o, esta generando- los nuevos parámetros de comprensión informativa y los contratos de lectura post internet.

Un diario ya no es un diario. Es un medio mucho más complejo que se debate entre lectores y usuarios, entre arquitectura y contenido.

Así como el tiempo real es el concepto temporal de actualización, el multimedia y las nuevas formas de leer y escribir son los nuevos marcos espaciales. Los diarios están dejando de ser generalistas para transformarse en nuevos medios, en soportes personalizables. Pero cuidado, la personalización corre sobre las arquitecturas más que sobre los contenidos.

El impacto de todo el software social no puede leerse solamente en cantidad de blogs o videos subidos a Youtube. Eso es sólo una perspectiva cuantitativa del fenómeno. La forma en que contamos las historias, los marcos periodísticos y los contratos de lectura están en plena metamorfosis.

Los “modos YouTube” y la arquitectura “social” de la llamada Web 2.0 influye de maneras menos lineales de las que pensamos en los grandes medios.

1.10.1 El uso del multimedia en los diarios digitales

Desde su surgimiento hasta aproximadamente fines del 2005 los diarios digitales presentaron una muy irregular y escasa utilización de los recursos multimediales que brinda Internet.

En el artículo “Tres lecciones que están aprendiendo los medios Online” (Pablo Mancini) publicado en Amphibia, 1 de abril de 2007 se hace mención que durante el año 2006, en Argentina se analizaron un total de 116 diarios digitales, en los que en 8 medios se encontraron elementos multimediales, mientras que la mayoría sólo complementaba ocasionalmente la información con fotografía (100% del total).

Estos datos, según el artículo permitieron determinar que Diario Clarín, en su sección Especiales Multimedia, estaba realizando trabajos de manera constante y regular

desarrollando plenamente los recursos multimediales y construyendo piezas con una plena utilización de lenguaje multimedia.

Sin embargo asegura que la tendencia comenzó a revertirse. Al mismo tiempo se registró en muchos sitios web una marcada aceleración en la implementación de elementos multimediales a partir de la aparición de numerosos recursos gratuitos, que permiten incorporar videos, audios, fotografías y presentaciones de manera sumamente fácil para el usuario. Lo más frecuente fue encontrar la implementación de éstos en blogs de diverso tipo, y recién en la segunda mitad del año se incluyeron en algunos diarios digitales.

1.10.2 Salas de redacción

Las salas de redacción están utilizando cada vez más herramientas 2.0 y se están convirtiendo de salas de redacción físicas, a salas de redacción en línea, impulsando así el uso de la tecnología. Basta que el periodista tenga una buena portátil o un buen dispositivo móvil para que se encuentre conectado y pueda revisar y adquirir toda la información que necesita para redactar.

Ahora, las noticias se redactan en el lugar de los hechos gracias a estas herramientas. Por esto, es necesario que el comunicador se familiarice y se capacite en el uso de las herramientas web 2.0 para estar a la vanguardia de los hechos y transmitir mejor su información; siendo siempre críticos, objetivos y brindando al usuario final lo que necesita.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1 Metodología utilizada

La presente investigación estuvo encausada básicamente al análisis cuantitativo y cualitativo de las portadas de los medios, tanto impreso como digital, de Diario La Hora de Ecuador y Diario La Información de España. Además de la aplicación de una entrevista al Editor de Diario La Hora, quien actuó como vocero oficial del medio. En el caso de Diario La Información de España fue imposible mantener contacto con los responsables del medio digital. Las técnicas que se utilizaron son: revisión bibliográfica, observación directa, entrevista, y análisis de contenido a través de la revisión de la información en un período determinado.

A través de la entrevista se consultó aspectos relevantes del proceso, elaboración, diseño, fuentes, distribución y utilización de las herramientas web 2.0. Se contó con la aprobación del medio.

Tipo de investigación

El tipo de investigación es bibliográfica, descriptiva, comparativa y de análisis. Para la investigación se plantearon interrogantes con el propósito de conseguir la información de la realidad de los medios tanto tradicionales como digitales. Y se analizó al Diario La Hora y Diario La Información a través de la técnica de investigación cualitativa conocida como semana compuesta.

Los datos obtenidos sirvieron de insumo para el desarrollo del presente trabajo de investigación. Durante esta semana compuesta se analizó las portadas impresas y digitales de los dos medios, realizando un análisis de contenidos, forma, diseño y utilización de las herramientas de la Web 2.0 en las portadas digitales.

2.2 Breve análisis de la situación del medio

2.2.1 Diario La Hora

Galo Martínez Merchán vio la necesidad de crear un medio alternativo en la capital y sembró la semilla de lo que hoy es La Hora.

Merchán, Periodista por excelencia fundó La Hora que inició sus actividades, el 23 de agosto de 1982. Los Diarios La Razón, Expreso y Extra también fueron fundados por este periodista.

“El diario ha sido y será uno de los periódicos más pluralistas, imparciales y democráticos”, indica Nicolás Kigman, actual director de La Hora. Don Nicolás, afirma que los 21 que lleva en el periódico han sido muy importantes. Recuerda la historia y a cada uno de los personajes que han transitado por este medio de comunicación.

Asegura que Diario La Hora, desde sus inicios, tuvo como principio fundamental el trabajar, incansablemente, en beneficio de la comunidad; siempre, claro está, de la mano del progreso y de la innovación a todo nivel.

El periódico empezó su actividad hace 27 años en Quito. En un inicio era un periódico matutino, aceptado en la clase media y media baja, que circulaba en la capital.

Francisco Vivanco, propietario del medio de comunicación, decidió incursionar con el diario regional. Esmeraldas fue la primera provincia en donde apareció La Hora Regional. En Imbabura llegó hace 13 años. Marco Cadena, Editor de la Regional Norte cuenta que al principio las ediciones regionales tenían en sus páginas información que se generaba únicamente en la capital. Posteriormente el Diario creció y se incorporaron páginas con información de cada una de las provincias.

La Hora actualmente tiene otras secciones como Mundo, país, ciencia, gente, entretenimiento, entre otras.

El editor de diario la Hora, indicó que están renovando el manual de estilo. “Cada año se hace un nuevo manual porque normalmente en periodismo las cosas están evolucionando

bastante rápido entonces lo que usas hoy ya no usas mañana y cada año se está renovando el manual de estilo y cambiando ciertas partes”.

La impresión de los ejemplares, en el caso de Imbabura y Carchi, se desarrolla en la ciudad de Quito. Cada regional cuenta con un gerente, un editor, personal administrativo, ventas y publicidad, fotógrafos, diagramadores y un equipo periodístico, que suman alrededor de 800 personas a nivel nacional. En el caso de la regional de Imbabura-Carchi que es objeto de esta investigación son: 2 fotógrafos, 2 diagramadores, 9 periodistas en Ibarra, 3 para Tulcán, 2 en Otavalo y 1 en Ipiales, 1 editor, 1 subeditor, 1 persona de ventas, 1 diseñador de publicidad, 1 gerente, 1 asistente de gerencia, 2 personas de distribución, 1 chofer, 1 persona de cobranza y 1 de limpieza.

Cadena explica que el diagramado de las páginas, portada y contraportada se montan en Ibarra. Este material posteriormente es enviado a Quito a través de Internet. En la Planta central se añaden las páginas de país y las demás secciones. “El periódico nuestro esta determinado para lectores de clase media alta para empresarios, para jóvenes, y tratamos de llegar justamente a ese grupo objetivo”, sostiene Cadena.

El tiraje del diario, para la regional Imbabura y Carchi fluctúa entre los 12 000 ejemplares diarios.

En 1996, La Hora incursiona en el mundo del Internet (con su página web: www.lahora.com.ec y ahora también www.lahora.info . Su fundador, asegura que este medio es uno de los pioneros en el Ecuador en la actividad digital.

La creación del periódico electrónico les llevó, en principio, a ingresar en Internet la edición impresa, en su totalidad, que diariamente publicaba la rotativa en varias regiones del país. Posteriormente se dieron varios cambios y el aumento de nuevas secciones, principalmente por el crecimiento digital en el mundo y en los medios de comunicación; pero continúan manteniendo su apoyo en la edición impresa.

La información del Diario Digital es suministrada por cada regional. Utilizan los mismos textos del impreso y las mismas fotografías. Marco Cadena, editor de la región norte explica que todavía la web no trabaja al ciento por ciento; pero que están trabajando en proyectos para armar redacciones digitales en cada una de las regionales. Sin embargo asegura que

la situación que se vive en el mundo por la crisis económica ha recortado los ingresos para incorporar nuevo personal; por ello lo mismo que se publica en el escrito se publica en la web. Asegura además que el personal periodístico tampoco ha recibido capacitación en el tema digital. Las razones que argumenta el Editor se ven reflejadas en la edición digital de Diario la Hora; pues al ingresar a este portal se constata fácilmente que las noticias de la portada son las mismas del impreso, al igual que las fotografías. Cabe destacar que la diferencia radica en la cantidad de información, pues en el digital existe un mayor número de información, así como otros servicios como: enlaces a las revistas Arte, Judicial, Vanguardia, etc.

Para Francisco Vivanco Riofrío, Presidente Nacional, de este medio de comunicación la venta de diarios y sus lectores se ha incrementado de forma sostenida en el Ecuador, pese a que hace 25 años, decían que la prensa escrita desaparecería. “De hecho, el Internet de alta velocidad, la digitalización y el surgimiento de medios alternativos, nos han enfrentado a una competencia más agresiva, que se enfoca en nichos de lectoría muy especializados”, asegura Vivanco.

Está seguro que mientras la prensa escrita responda a los intereses de sus lectores, tenga una agenda pública, un austero manejo empresarial y no sucumba ante el poder de gobernantes que confunden su ego con el Estado, siempre crecerá.

“Los medios de comunicación debemos evolucionar, y lo hacemos a diario, conscientes de la realidad ecuatoriana y muy comprometidos con los valores nacionales. Así, La Hora produce información, innovando cada día la forma de entregarla. Hoy lo hacemos en 12 medios impresos y en sus respectivas ediciones digitales.”

Fotomecánica

Marco Martínez, uno de los fundadores del Diario, con la 'ice color', máquina que se empleaba para separar los negativos de cada uno de los colores de una gráfica, que luego se montaban uno sobre otro para que la fotografía sea impresa a color.



Foto archivo Diario La Hora

Circulación

El mejor 'Amigo' para la circulación recorría las calles quiteñas para llevar el diario a los distribuidores y canillitas quienes a su vez lo vendían a los lectores.



Foto archivo Diario La Hora



Foto archivo Diario La Hora

Parte del personal con que La Hora inició sus actividades periodísticas, el 23 de agosto de 1982. Al centro, sentado, Carlos Vera Rodríguez, el primer editor general; junto a Alicia Benalcázar, María Cristina Alvarado, Pilar Elizalde, Piedad Ratto, Marcia Castillo. De pie: Dr. Francisco Paredes, subdirector; Dr. Carlos de la Torre Reyes, director; Marco Paredes; Miguel Ortiz; Lincol Valverde; Francisco Sáenz, gerente; Carlos Suárez; Edwin Carmona; Jaime Pullas; Luis Flores; Marcos Cañar, entre otros.¹⁵

¹⁵ <http://www.lahora.com.ec> (Suplemento 25 años)

2.2.3 Diario La Información

lainformacion.com, que nació en España, se desarrolla exclusivamente en el entorno digital. No es sólo un medio, es un hipermedio o, a quien sus protagonistas lo catalogan como “un monitor semántico de información en tiempo real, que además genera contenido propio de calidad”. Para ello, monitorean continuamente todas las noticias publicadas en español en todo el mundo. Se basan en robots pero el trabajo de las máquinas está continuamente supervisado por periodistas, quienes dictan las reglas, guían y enseñan a las máquinas a realizar y perfeccionar su labor.

Los objetivos son dos, cubrir el mayor ámbito informativo posible y ofrecer la mejor información en el menor tiempo.

A través de ‘bots’ (robots que recorren Internet) analizan en tiempo real más de 1.800 fuentes en español para localizar, catalogar y ordenar las noticias a medida que se vayan generando.

Esto lo hacen mediante novedosas y revolucionarias técnicas de web semántica, que “leen” y “traducen” los datos de los sites y hacen la información comprensible para las máquinas. Estas las procesan y ordenan intentando hacerla más accesible y fácil de encontrar para los lectores.

Diario La Información tiene una portada, sino que cuenta con más de 100.000 portadas de categorías temáticas, personajes, empresas, organismos, lugares y conceptos de todo tipo. De esta forma, cualquier lector puede conocer las últimas y más relevantes noticias del tema que más le interese. Cuentan con:

- 1.600 categorías
- 25.000 personajes
- 45.000 lugares
- 30.000 empresas y organismos

Entre otras cosas, se pueden encontrar portadas con noticias de cada uno de los sectores empresariales (Banca, Alimentación, Telecomunicaciones, Energía...), los deportistas más famosos del mundo (Nadal, Alonso, Tiger Woods, Messi o Yelena Isinbáyeva), información

sobre ciudades, provincias y países de todo el mundo y todo sobre cualquier organismo nacional o internacional.

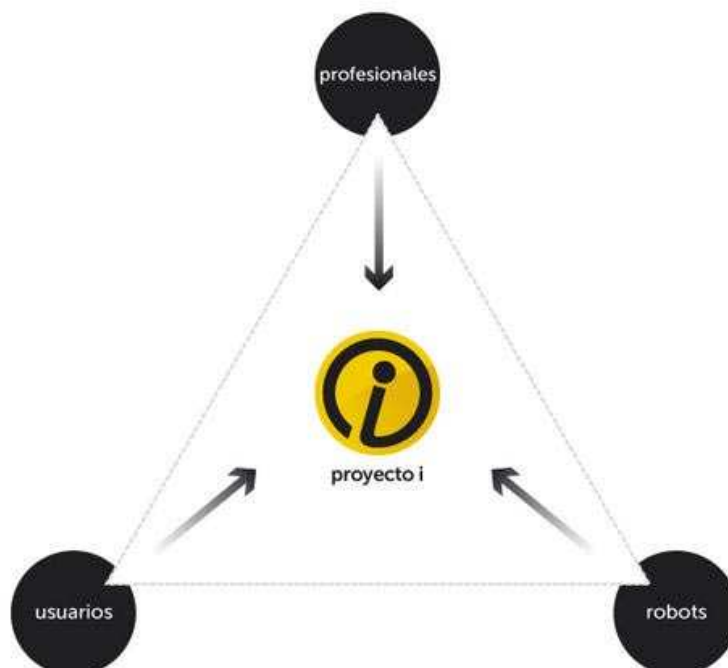
Las fuentes que utiliza son medios digitales (con versiones analógicas o no). Incorporan contenidos de blogs, publicaciones especializadas, portales, etc. Además diferentes agencias informativas y de contenidos de entretenimiento, que producen más de 5.000 piezas textuales diarias, 1.000 fotografías y 200 videos.

La Información es un medio abierto a sus lectores. Todo el que lo desee puede comentar cualquier noticia, foto o vídeo.

Para navegar por Lainformacion.com no hace falta registrarse, pero hacerlo es gratis.

Estructura

Su estructura se basa en: Profesionales, usuarios y robots todos hacia un mismo objetivo: un proyecto. (Ver gráfica).



Como se puede ver en la representación gráfica, cada uno de los vértices hace referencia a los autores de la información. En la cima, los contenidos elaborados por los periodistas. En los ángulos opuestos, la producción que aportan los usuarios y la que generan las máquinas.

Para la información “robots” es el monitoreo en tiempo real de múltiples fuentes que son catalogadas, ordenadas y ponderadas automáticamente.

Audiovisual

Para lainformacion.com una de sus mayores apuestas es la incorporación del elemento audiovisual como un elemento propio y como un sello de identidad. Están trabajando en el desarrollo y consolidación de una sección de Vídeos. Además de un equipo profesional de primera línea, están introduciendo mejoras en el portal de vídeos y en el player.



Redes sociales

lainformacion.com ha convertido su presencia en redes y medios sociales en una estrategia básica para conversar y compartir contenidos con los lectores. Los usuarios se pueden contactar mediante muchas vías, para comentar, rectificar o sugerir contenidos. Los lectores pueden encontrar a lainformacion.com en estos sitios:

Facebook. En esta plataforma tienen una página en la que comparten contenidos con alrededor de 1.600 seguidores. Es una página destinada a que los lectores participen y

comenten aquello que les interesa de la actualidad, abierta al debate y sensible a opiniones. lainformacion.com implementó: Facebook Connect en a que los usuarios pueden utilizar su identidad en la red para comentar lo que quiera en la web del Diario digital, y reflejarlo en sus páginas y poder compartirlo con sus contactos de una forma fácil y rápida.

Twitter. Se les puede encontrar aquí con dos usuarios diferentes, ya que cada uno de ellos cumple una función muy concreta:

El perfil corporativo es @la_informacion , y a través de él comparten enlaces de sus contenidos, conversan con los lectores si tienen alguna observación que hacerles llegar, o se les solicita su participación (al lector) para que complemente alguna información.

Y en @al_segundo cuentan en directo el transcurso de determinados eventos o siguen la actualidad en torno a un suceso, accediendo a estos beneficios mediante una suscripción.

Youtube y Vimeo. En estos espacios encontramos todos los vídeos que realiza lainformacion.com en sus canales de Youtube y Vimeo, así como en otras plataformas como i2TV, Veoh, Blip TV o Yahoo.

Flicker. En Flicker se puede conocer a quienes trabajan en este proyecto digital, encontramos imágenes de celebraciones (40 fotos), grados (22 fotos), la información.com (363 fotos), practicopedia (10 fotos).

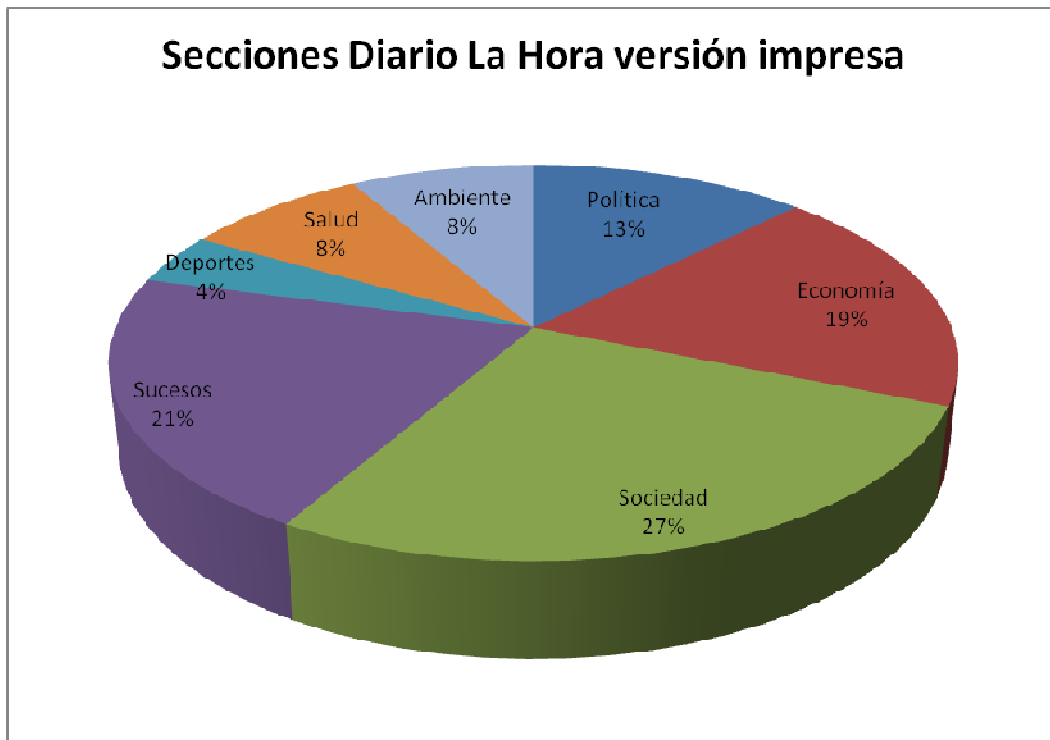
CAPÍTULO III RESULTADOS

3.1 Resultados de la aplicación de instrumentos de investigación y análisis de datos.

3.1.1 ANÁLISIS DE DATOS DIARIO LA HORA

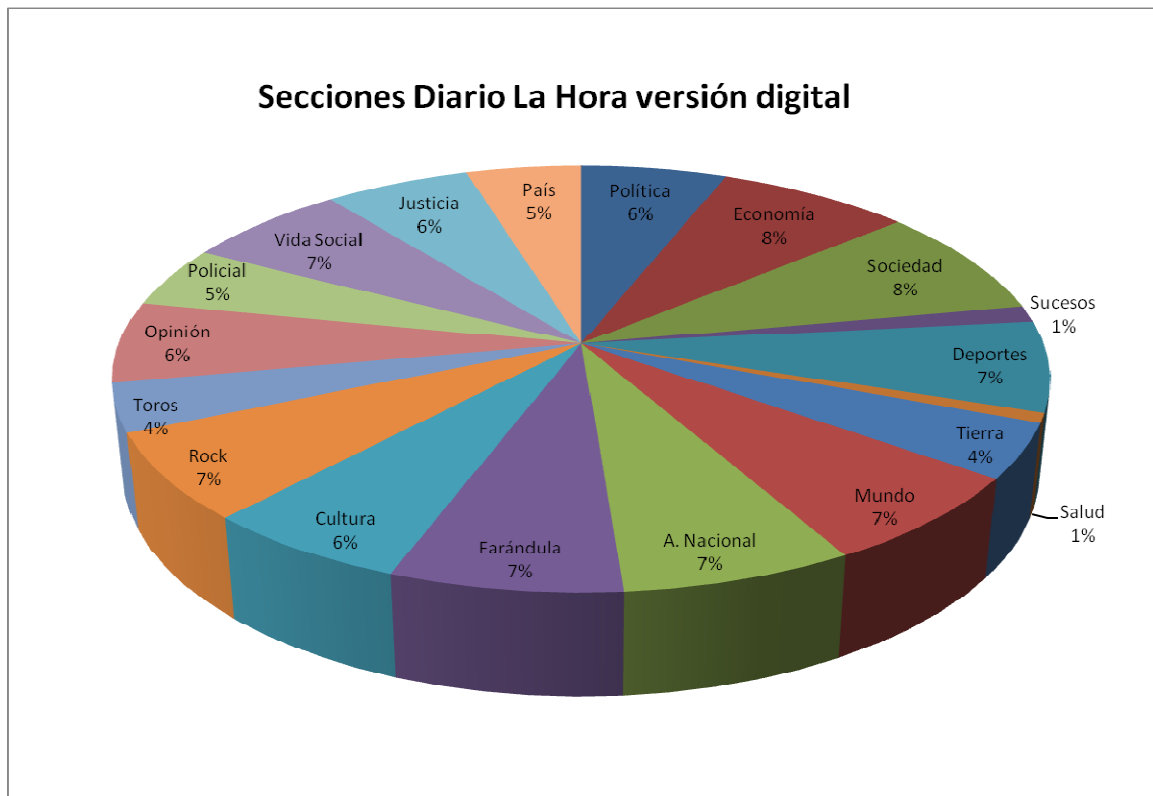
DIARIO LA HORA IMPRESO

SECCIONES	
Política	6
Economía	9
Sociedad	13
Sucesos	10
Deportes	2
Otros (cuáles)	
Salud	4
Ambiente	4



DIARIO LA HORA DIGITAL

SECCIONES	
Política	24
Economía	32
Sociedad	34
Sucesos	5
Deportes	28
Otros (cuáles)	
Salud	3
Tierra	17
Mundo	28
A. Nacional	28
Farándula	28
Cultura	25
Rock	27
Toros	15
Opinión	25
Policial	19
Vida Social	27
Justicia	24
País	19



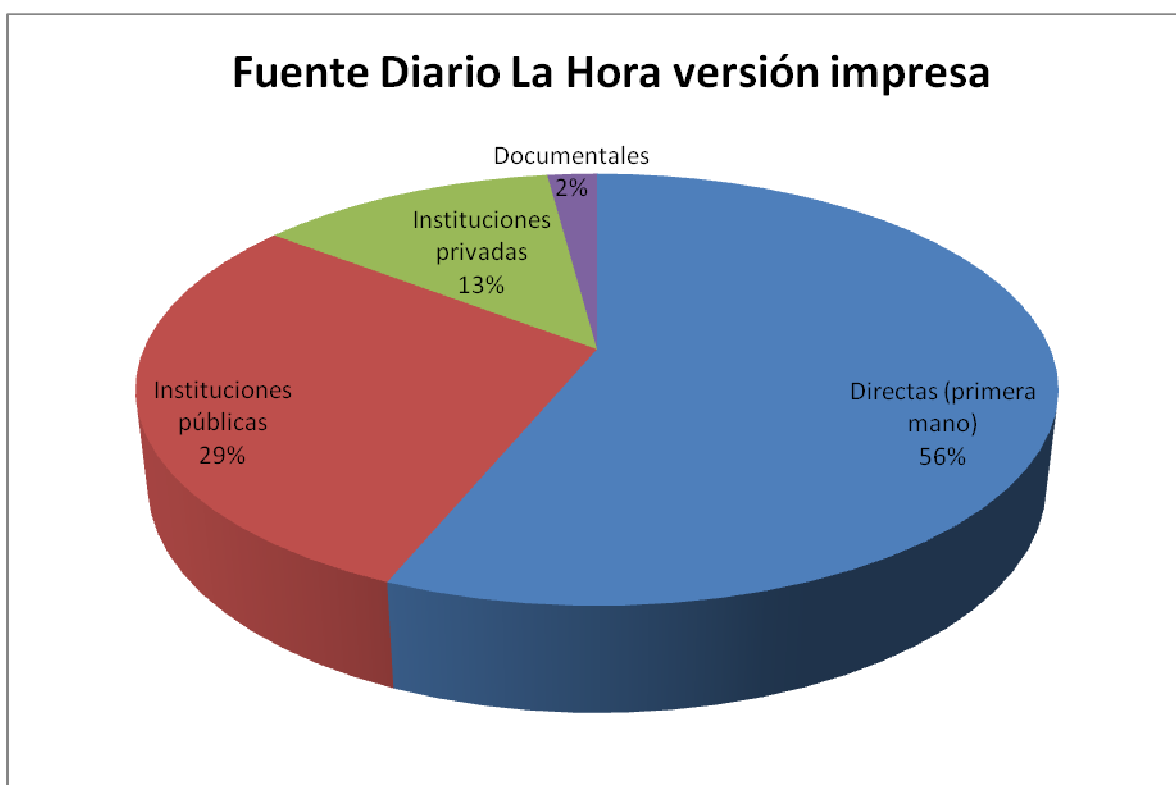
Análisis:

Al analizar las secciones de este medio en su versión impresa y digital podemos observar que, en el medio impreso el número de noticias es un promedio de 48 a la semana, mientras que en el digital su número está por las 408. Mediante este resultado puedo apreciar que: el medio impreso es limitado para transmitir la información, ya que las noticias deben ser seleccionadas en base a su importancia e impacto en la comunidad para generar opinión pública, dejando de lado otras noticias también importantes pero que por este antecedente quedaran fuera de la edición impresa, de todas maneras estas serán publicadas en versión digital.

En este caso en particular la versión digital no brinda todos los beneficios que ofrece las herramientas web 2.0, ya que no es mas que una transcripción del diario impreso con secciones adicionales como: Tierra, Mundo, Asamblea Nacional, Farándula, Cultura, Rock, Toros, Opinión, Policial, Vida Social, Justicia y País.

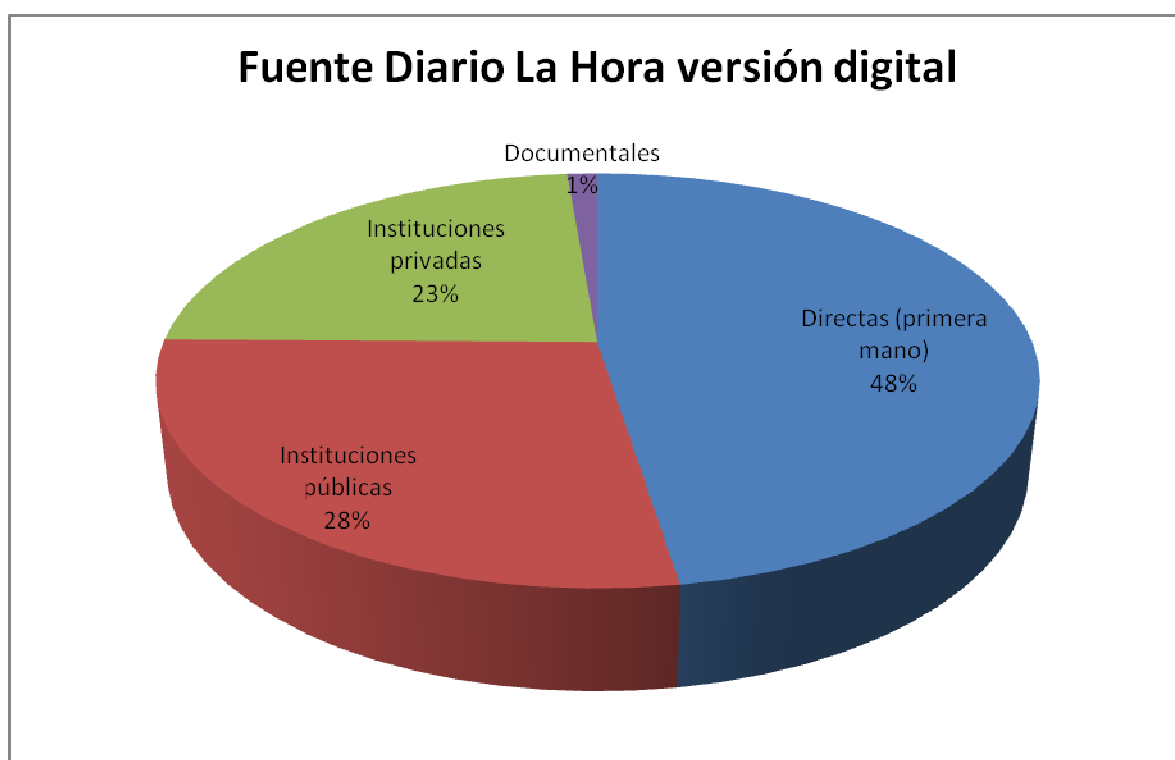
DIARIO LA HORA IMPRESO

FUENTE	
Directas (primera mano)	27
Instituciones públicas	14
Instituciones privadas	6
Documentales	1



DIARIO LA HORA DIGITAL

FUENTE	
Directas (primera mano)	182
Instituciones públicas	106
Instituciones privadas	90
Documentales	5



Análisis:

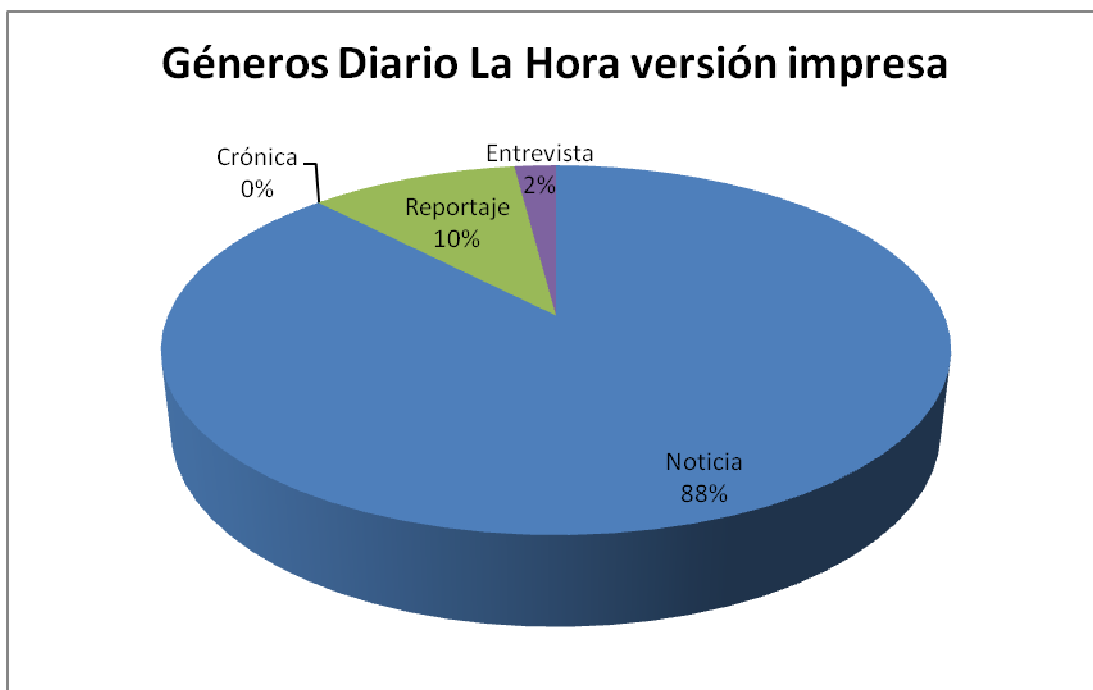
Analizando los resultados obtenidos del apartado Fuentes, Diario La Hora tanto impreso como digital utilizan mayormente a las fuentes directas o de primera mano, que consiste en fuentes no oficiales pero que le permiten al periodista tener un conocimiento previo de lo que acontece en una institución pública o privada, dando como resultado que el periodista acuda al lugar donde se desarrolla la noticia con certeza de lo que va a investigar, es importante recalcar que en el caso de Diario La Hora los periodistas guardan muy sigilosamente la identidad de esta fuente.

A continuación siguen las instituciones públicas y luego las privadas en donde se ira ha recabar la información de la fuente oficial o vocero oficial de la institución.

En algunos casos –muy pocos- recurren a la fuente documental. Casi todas las noticias publicadas poseen más de una fuente, con datos estadísticos, opiniones de personajes. En el caso de las coberturas tienen declaraciones de varios actores. Este aspecto es positivo, pues el usuario tiene la oportunidad de tener varias opiniones sobre el mismo hecho. En el Diario encontramos continuidad y seguimiento de una noticia, lo que significa que el periódico se preocupa de dar seguimiento a las notas. Un ejemplo de ello es la sección de denuncias, en la que el Diario coloca los días que el problema tiene sin ser resuelto.

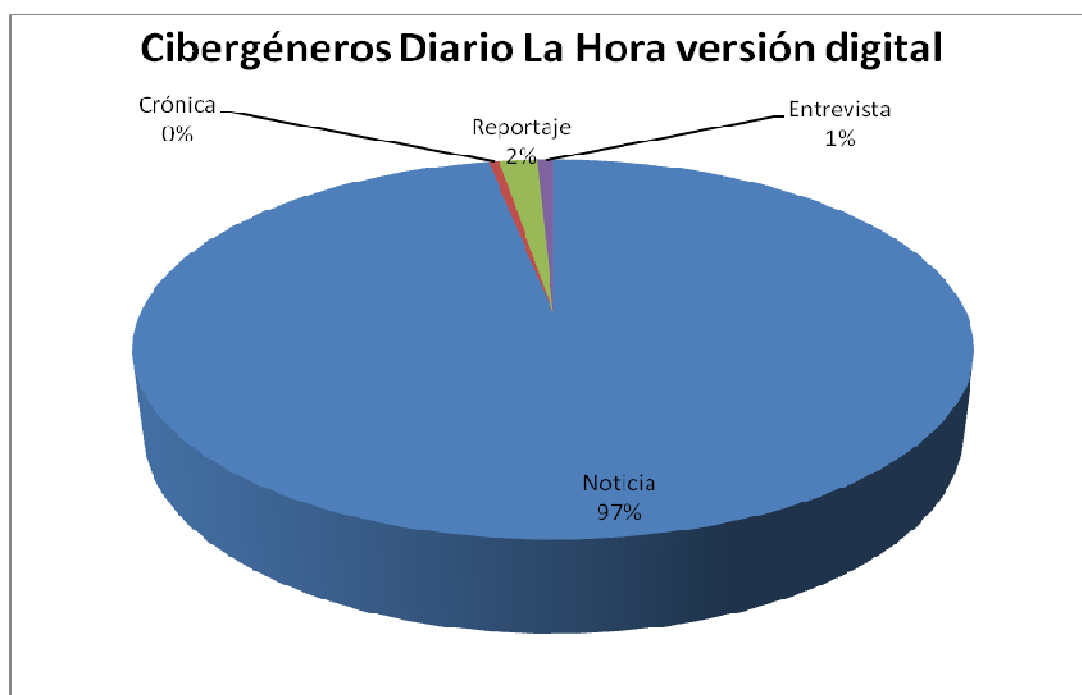
DIARIO LA HORA IMPRESO

GÉNEROS	
Noticia	43
Crónica	0
Reportaje	5
Entrevista	1



DIARIO LA HORA DIGITAL

CIBERGÉNEROS	
Noticia	392
Crónica	2
Reportaje	7
Entrevista	3



Análisis:

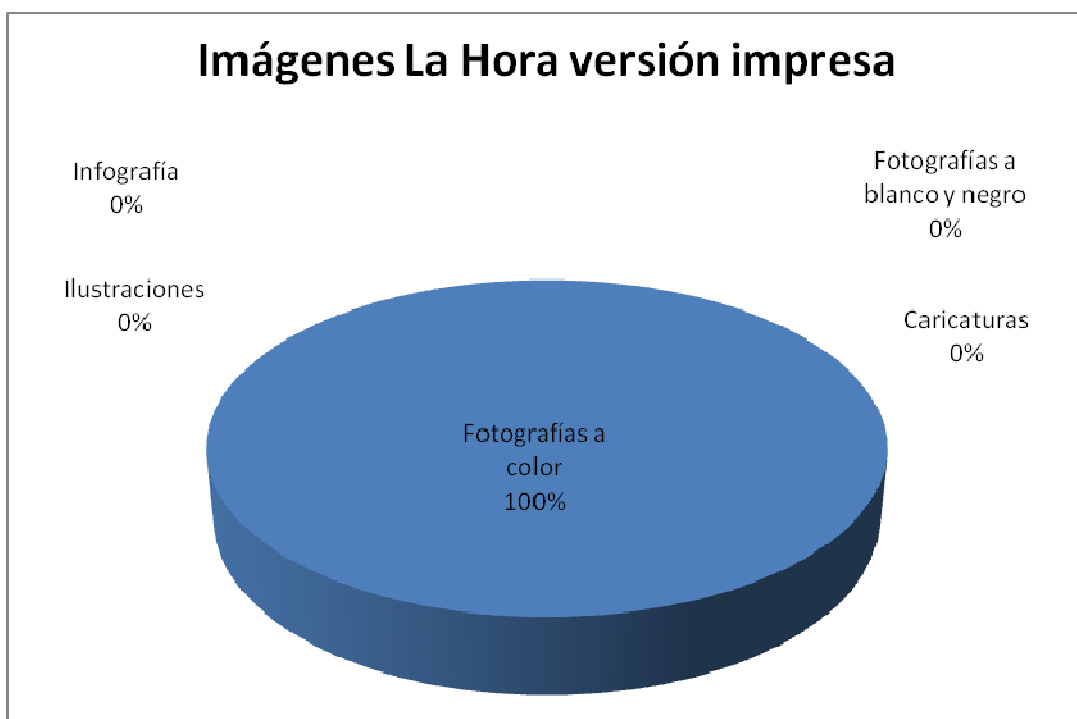
El género predominante, en las dos portadas, es la noticia. En menor número utilizan al reportaje y en pocos casos la entrevista; mientras que la crónica está ausente de las dos ediciones.

Es importante recalcar que la redacción, en las dos ediciones es igual. Diario la Hora no cuenta con periodistas especializados en redacción digital. De ahí que utilizan los mismos textos y las mismas fotografías del impreso para el diario digital. La variante se encuentra en que en el digital algunas notas presentan audios, lo que significa que el lector puede escuchar la entrevista.

Así como mayor variedad de secciones y enlaces a revistas como “Las Luces”, “Judicial” o “Arte”.

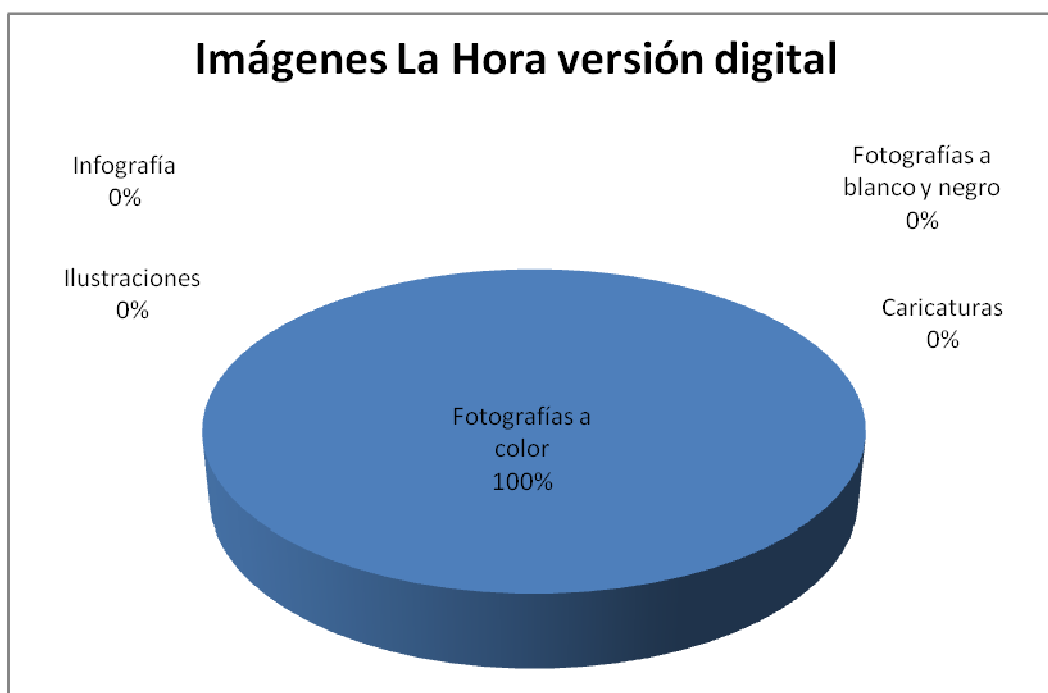
DIARIO LA HORA IMPRESO

IMAGEN	
Fotografías a color	42
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografía	0



DIARIO LA HORA DIGITAL

IMAGEN	
Fotografías a color	54
Fotografías a blanco y negro	0
Ilustraciones	0
Caricaturas	0
Infografía	0



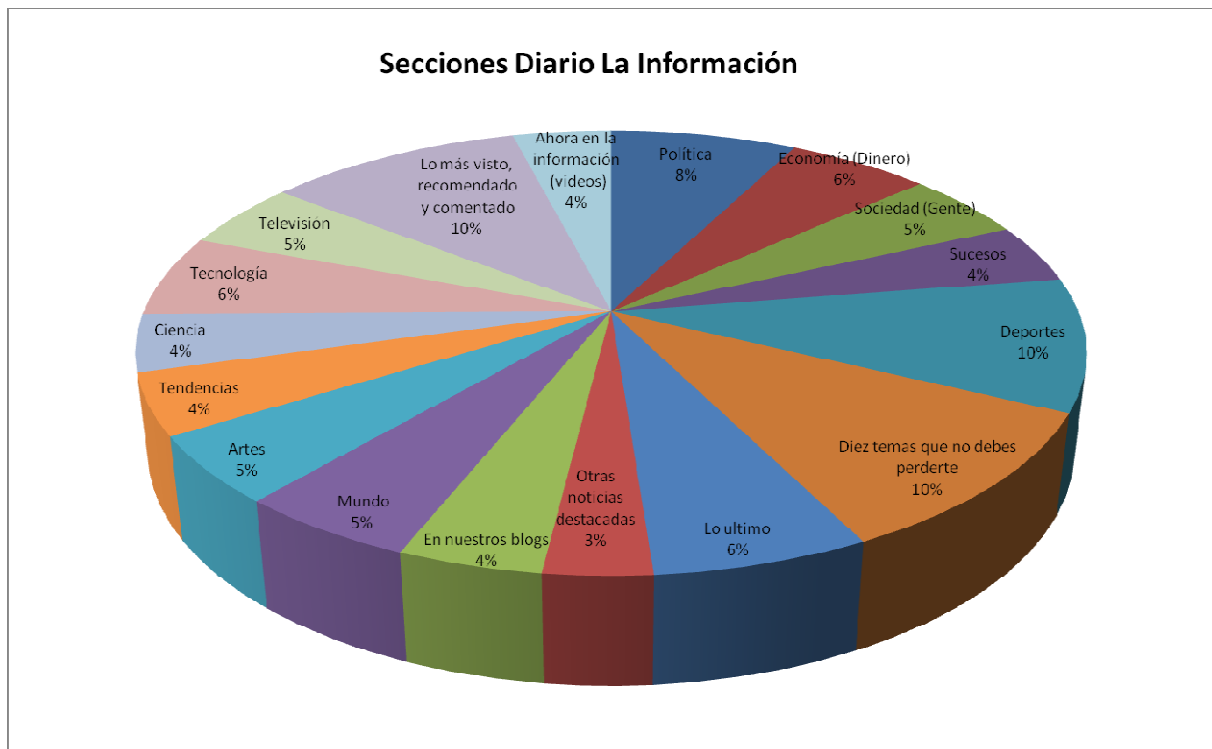
Análisis:

Como podemos observar en los datos obtenidos, Diario La Hora en sus dos ediciones utiliza fotografías a color, mismas que llaman la atención del lector y su número fluctúa entre 7 u 8 diarias.

Las fotografías en blanco y negro están ausentes en ambas portadas, al igual que las infografías y los vídeos en la edición digital. Las fotografías utilizadas en las dos ediciones son las mismas, únicamente varía el diseño de la portada, la edición únicamente ubica las imágenes del medio tradicional en la web.

3.1.2 ANÁLISIS DE DATOS DE DATOS DIARIO LA INFORMACIÓN

SECCIONES DIARIO LA INFORMACIÓN	
Política	51
Economía (Dinero)	39
Sociedad (Gente)	33
Sucesos	29
Deportes	65
Otros (cuáles)	
Diez temas que no debes perderte	70
Lo ultimo	42
Otras noticias destacadas	21
En nuestros blogs	28
Mundo	35
Artes	33
Tendencias	30
Ciencia	28
Tecnología	40
Televisión	33
Lo más visto, recomendado y comentado	70
Ahora en la información (videos)	27



Análisis:

La información es un Diario únicamente Digital. Cuenta con una portada amplia que ofrece a los lectores secciones como: política, economía, sociedad, sucesos, deportes, diez temas que no debes perder, lo último, otras noticias destacadas, en nuestros blogs, mundo, artes, tendencias, ciencia, tecnología, televisión, lo más visto- recomendado y comentado, ahora en la información (videos). Los temas de mayor publicación son política, deportes y actualidad. Añade las herramientas del audio y video.

La Información mantiene su estructura en sus portadas. Se pueden encontrar portadas con noticias de cada uno de los sectores empresariales (Banca, Alimentación, Telecomunicaciones, Energía...), los deportistas más famosos del mundo, información sobre ciudades, provincias y países de todo el mundo y cualquier organismo nacional o internacional. Es un Diario Digital con una amplia gama de información.

FUENTE DIARIO LA INFORMACIÓN	
Directas (primera mano)	240
Instituciones	102
Públicas	78
Instituciones privadas (agencias)	252
Documentales	0



Análisis:

Las fuentes que utiliza son medios digitales. Incorporan contenidos de blogs, publicaciones especializadas, portales, etc. Diferentes agencias informativas en un 37%, seguido de las fuentes directas que se diferencian por un punto. Las entidades públicas están en tercer lugar y finalmente recurren a las instituciones privadas.

Además de diferentes agencias informativas y de entretenimiento con las acceden a más de 5.000 piezas textuales diarias, 1.000 fotografías y 200 videos.

CIBERGÉNEROS DIARIO LA INFORMACIÓN	
Noticia	389
Crónica	67
Reportaje	77
Entrevista	137



Análisis:

La información cuenta con periodistas especializados. Es un medio abierto a sus lectores. Todo el que lo desee puede comentar cualquier noticia, foto o vídeo, a través de Facebook, Twitter, Youtube y Vimeo, así como en otras plataformas como i2TV, Veoh, Blip TV o Yahoo, MySpace y Flickr. Las noticias cuentan con hipervínculos y con enlaces a otras páginas con información del mismo tema.

Como ejemplo puedo tomar el uso de facebook, nosotros añadimos a la Información a nuestra base de amigos y de esta manera podremos recibir las noticias más importantes del día. Lo importante de esto es que podemos añadir un comentario, que será visto por las personas que están unidas a esta red social. Otro ejemplo puede ser los videos de Diario La

Información que se encuentran publicados en Youtube, una vez que los veamos podemos comentar acerca de su contenido.

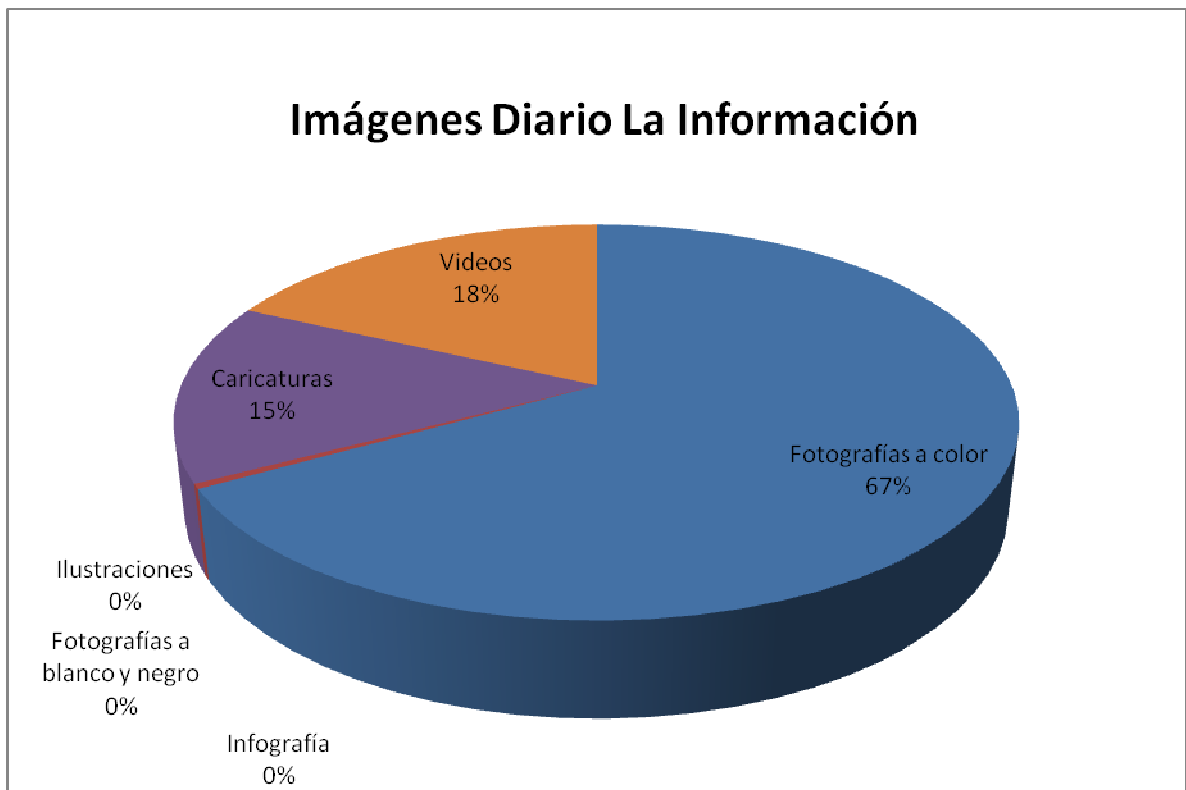
Utilizan a la noticia como el principal género. A diferencia del Diario La Hora, Diario La Información también utiliza géneros como el reportaje, la entrevista y la crónica en un porcentaje significativo.

La selección de la información la realizan de forma mecánica con supervisión de los periodistas. Diario La Información utiliza un sistema a través de 'bots' (robots que recorren Internet) analizan en tiempo real más de 1.800 fuentes en español para localizar, catalogar y ordenar las noticias a medida que se vayan generando.

Los robots lo hacen mediante novedosas y revolucionarias técnicas de web semántica, que "leen" y "traducen" los datos de los sitios y hacen la información comprensible para las máquinas. Estas las procesan y ordenan intentando hacerla más accesible y fácil de encontrar para los lectores. Este método le permite a la Información tener miles de noticias en su solo día, cambiar portadas al instante y saber lo que pasa en el mundo al segundo. Considero que tiene una ventaja en la gama de noticias y en la cantidad de ellas, sin embargo hay que tener cuidado, pues la máquina, por muy eficiente que sea no cuenta con criterio periodístico y ahí radica la importancia y profesionalismo de los periodistas de este medio para controlar y vigilar este proceso.

Para que la Hora llegue a cumplir con este proceso faltará mucho tiempo. Son varias las razones: tecnología, recursos humanos y económicos, entre otros.

IMAGEN DIARIO LA INFORMACIÓN	
Fotografías a color	163
Fotografías a blanco y negro	1
Ilustraciones	0
Caricaturas	36
Infografía	0
Videos	44



Análisis:

La Información utiliza fotografías a full color lo cual llama la atención del lector, mientras que las fotografías en blanco y negro están ausentes. Se ayuda del video para presentar noticias y en menor porcentaje recurre a las caricaturas. No utiliza infografías, las que a mí criterio deberían estar presentes en la portada, pues mediante estas permite al lector encontrar en ellas información escrita e icónica ayudando de esta manera a una mejor comprensión de lo que trata una noticia, inclusive llegando a ubicar de mejor manera a una persona en el tema.

3.2 Análisis tabla cualitativa Diario La Hora y Diario La Información

La página principal de Diario La Hora tiene información de las noticias más importantes del día y su estructura guarda relación con el periódico impreso. Cuenta con varias secciones como política destinadas principalmente a las noticias. Cuenta con un espacio en el que el usuario puede revisar ediciones anteriores de cada una de las regionales en diferentes fechas, es un repositorio que va desde enero del año 2000, permitiendo al usuario encontrar notas pasadas. Cabe señalar que el interesado debe contar con una suscripción al Diario digital, la misma que es gratuita. De esta forma podrá acceder a este servicio.

En cuanto a la navegabilidad de la página es de fácil acceso. Se debe contar con una suscripción gratuita. Existen links para navegar al interior de la página. Todavía no utilizan el lenguaje ciberperiodístico ya que las noticias son una transcripción del Diario impreso, esto se debe a que como lo afirmó, el editor de Diario La Hora, el medio no cuenta con un manual de redacción digital. No existen hipervínculos externos e internos. Las noticias son transcritas de la misma forma que son concebidas para el medio tradicional. Ofrece otros servicios como el acceso a las revistas "Arte" o "Judicial".

Diario La Hora no cuenta con hipertextualidad, periodismo participativo, comunicación móvil, multimedialidad, inmediatez, conformación de salas de redacción digital y géneros ciberperiodísticos, porque no cuenta con la tecnología y los medios necesarios como lo explico su editor.

La retroalimentación con los usuarios Diario La Hora se da a través de sugerencias e inquietudes que pueden ser enviadas a través de mails al editor.

En el caso de Diario La Información el panorama es diferente. Es un medio estrictamente digital. Cuentan con una variada sección de información. Las noticias presentan hipervínculos externos e internos. Son de fácil acceso. La navegabilidad dentro de la página del diario dependerá de la velocidad de nuestro proveedor de internet, la memoria RAM del computador y la capacidad del servidor de la página del Diario frente a la capacidad de usuarios que la visitan.

Por el análisis a Diario la información los periodistas monitorean continuamente las noticias publicadas en español en todo el mundo. Se basan en robots pero el trabajo de las máquinas está continuamente supervisado por periodistas.

Los objetivos son dos, cubrir el mayor ámbito informativo posible y ofrecer la mejor información en el menor tiempo.

Cuenta con más de 100.000 portadas de categorías temáticas, personajes, empresas, organismos, lugares y conceptos de todo tipo.

Se pueden encontrar portadas con noticias de cada uno de los sectores empresariales, deportistas famosos, información sobre ciudades, provincias y países de todo el mundo. Las fuentes que utiliza son medios digitales.

Es un medio abierto a sus lectores. Se puede comentar cualquier noticia, foto o vídeo. Si los usuarios detectan un error o tienen cualquier sugerencia, pueden enviarlos al e-mail: redaccion@lainformacion.com. La participación de los lectores se realiza también a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo, MySpace y Flickr. El componente audiovisual está presente.

La Información tiene hipertextualidad, periodismo participativo, multimedialidad, inmediatez, conformación de salas de redacción y géneros ciberperiodísticos.

CONCLUSIONES

En base a la investigación y análisis de resultados puedo concluir lo siguiente:

- Diario La Hora cuenta con links para navegar al interior de las noticias, pero no utilizan el lenguaje ciberperiodístico y las herramientas de la web 2.0. Tampoco existen hipervínculos ni externos, ni internos. La actualización de la página lo realizan una vez al día.
- Los contenidos de La Hora digital, en su mayoría, son los mismos que encontramos en el medio impreso.
- Los periodistas de Diario La Hora no cuentan con un manual de redacción digital.
- El medio de comunicación tiene un interés limitado en el uso de las redes sociales.
- El periódico electrónico de diario la Hora ha creado espacios para recibir retroalimentación de los lectores a través de cartas al editor.
- Diario La Hora en su versión impresa abarca menos secciones que en la versión digital.
- Diario La Hora no cuenta con salas de redacción especializadas en cibergéneros.
- El género predominante en la portada de Diario La Hora impreso y digital es la noticia y el menos predominante es la crónica.
- Las fotografías utilizadas en la versión impresa y digital son a full color, y las imágenes son las mismas para las dos versiones.

- Diario La Información es un medio abierto a sus lectores. Todo el que lo desee puede comentar cualquier noticia, foto o vídeo.
- Diario La Información cumple con la mayoría de requerimientos de la web 2.0, teniendo una información actualizada de manera constante, en un promedio de cada hora.
- Diario La información cuenta con salas de redacción digital.
- Diario La información tiene varias secciones, tanto tradicionales como: política, economía sociedad, y demás de este tipo; además cuenta con secciones propias e innovadoras como diez temas que no debes perderte.
- Su principal fuente son las agencias informativas.
- La noticia es el género más ampliamente usado en este medio.
- Utiliza imágenes full color, videos y caricaturas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Diario La Hora, la utilización de las herramientas Web 2.0, lo que permitirá una verdadera digitalización del Medio de Comunicación. La página debe tener las características de hipertextualidad, multimedialidad, e inmediatez.
- Es necesario que Diario La Hora cuente con salas de redacción digital y periodistas especializados en cibergéneros.
- Los contenidos en la versión digital de Diario La Hora, deben ser variados y diferentes que el medio impreso, por ello es necesario que este medio de comunicación reestructure su propuesta, hasta ahora presentada, como medio digital.
- La capacitación permanente a los periodistas se hace necesaria para que ellos estén acorde a los avances de la tecnología y los requerimientos de la comunicación.
- Se recomienda el uso de los otros géneros periodísticos como: crónica, entrevista, perfil, etc.
- Se recomienda a Diario La Hora incluir dentro de su sitio web, redes sociales para que el lector forme parte de la noticia.
- Se recomienda a Diario La Información que tenga un repositorio con la información detallada y completa.

BIBLIOGRAFÍA

- CEBRIÁN HERREROS, Mariano: Op. cit., p. 22.
- COSTA Joan. (1999). **La Comunicación en Acción**, Paidós.
- CHOMSKY, N. (1996). **"El control de los medios de comunicación"**
- FISCHER LAURA Y ESPEJO JORGE, 2004, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Págs. 360 al 376.
- GONZÁLEZ, Mariano. (1977). **"Diseño I y II**. España, ediciones Didascalía".
- LOCKWOOD, R. (1992). **"El Diseño de la Noticia, Barcelona, ediciones B"**
- MARTÍNEZ DE SOUZA, José. (1981) **"Diccionario del periodismo**. Madrid, Paraninfo".
- MOLES Abraham. (1988). **"Grafismo Funcional"**. Barcelona, Edit. Ceac.
- MONTANILLO M. (1986). **"Diccionario de lingüística**, Lavel S.A, Villafranca"
- REGOUBY, Ch. (1989). **La comunicación global**, ediciones gestiones 2000 S. A. Barcelona"
- WEBSTER'S NEW INTERNATIONAL DICTIONARY, tercera edición.

Internet:

- <http://www.lahora.com.ec>
- <http://www.lainformacion.com>
- <http://www.es.wikipedia.org>
- <https://www.innovaportal.com/innovated>
- <https://www.ucm.es/info/especulo/numero1/negropo.htm>
- <http://www.educar.org/articulos/television.asp>
- <https://www.cadenaser.com>
- <http://www.cope.es>
- <http://www.rne.es>
- <http://www.ondacero.es>
- <http://www.ciberhabitat.gob.mx/cafe/chat/index.html>
- <http://www.igooh.com/notas/de-estadisticas-y-blogs-en-latinoamerica>
- <http://myspace.wihe.net/hi5/>

ANEXOS

ANEXO 1

TABLAS DE LA SEMANA COMPUESTA DEL DIARIO LA HORA

LUNES 17 DE AGOSTO DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	0 2 1 1 0 1 1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Salud Tierra Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Toros Opinión Policial Vida Social. 	2 6 5 4 1 2 4 4 4 4 4 4 2 4 4 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	3 1 1 1	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	24 18 10
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	5 1	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	52 . 1
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	5 No hay No hay No hay No hay	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	7 No hay No hay No hay No hay No hay

EDICIÓN MARTES 18 DE AGOSTO DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Salud Cultura 	<p>2</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Salud Tierra Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Toros Opinión Policial Vida Social Justicia 	<p>0</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>4</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>4</p> <p>3</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>20</p> <p>16</p> <p>15</p> <p>3</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>7</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>54</p> <p>1</p> <p>1</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>7</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>8</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>

EDICIÓN MIÉRCOLES 26 DE AGOSTO DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>0</p> <p>2</p> <p>0</p> <p>2</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes <p>Otros (cuáles)</p> <p>Salud</p> <p>Tierra</p> <p>Mundo</p> <p>A. Nacional</p> <p>Farándula</p> <p>Cultura</p> <p>Rock</p> <p>Toros</p> <p>Opinión</p> <p>Policial</p> <p>Vida Social</p> <p>Justicia</p> <p>País</p>	<p>3</p> <p>6</p> <p>5</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>2</p> <p>2</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>25</p> <p>17</p> <p>8</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>66</p> <p>. 1</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>5</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>9</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>

EDICIÓN JUEVES 03 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>0</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Salud Tierra Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Toros Opinión Policial Vida Social Justicia País 	<p>5</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>5</p> <p>2</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>35</p> <p>12</p> <p>18</p> <p>2</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>7</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>65</p> <p>1</p> <p>1</p>
IMAGEN		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>6</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>8</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>

EDICIÓN VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	<p>2 1 2 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Salud Tierra Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Toros Opinión Policial Vida Social Justicia País 	<p>5 6 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 4 4 4</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>5 2 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones • Públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>28 17 15</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6 1 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>58 1 1</p>
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>6 No hay No hay No hay No hay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>8 No hay No hay No hay No hay No hay</p>

EDICIÓN SÁBADO 19 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	5 1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 	4 4 3 4 4
Salud	1	País Opinión Justicia Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Vida Social	4 4 4 4 4 4 3 4 3
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	5 2	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	22 15 11
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	7	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	46 . 2
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	8	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	7 No hay No hay No hay

EDICIÓN DOMINGO 27 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Medios Impreso Diario La Hora		Medio Digital Diario La Hora	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) Ambiente 	<p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) País Opinión Justicia Mundo A. Nacional Farándula Cultura Rock Vida Social Policial Tierra 	<p>5</p> <p>0</p> <p>5</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>3</p>
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>3</p> <p>2</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 	<p>28</p> <p>11</p> <p>13</p>
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>6</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<p>51</p> <p>.</p> <p>2</p>
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 	<p>a 5</p> <p>a</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías color • Fotografías blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Video 	<p>a 7</p> <p>a No hay</p> <p>No hay</p> <p>No hay</p>

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /LUNES 17/08/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	 No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	Con suscripción
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /MARTES 18/08/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	 No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	Con suscripción
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Carteleras espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANALISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /MIÉRCOLES 26/08/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	<p>Si, existen dos opciones:</p> <p>- Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal.</p> <p>-Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.</p>	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto) Versión en PDF (tal cual el impreso) Versión animada (hojear impreso) Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc) Versiones regionales / locales Versiones bilingue	Si hay No hay No hay. No hay Si hay No hay	Con suscripción Con suscripción
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Carteleras espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /JUEVES 03/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	 No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	Con suscripción
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /VIERNES 11/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	 No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	Con suscripción
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /SÁBADO 19/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	 No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	Con suscripción
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA HORA /DOMINGO 27/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	Con suscripción
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLAS DE LA SEMANA COMPUESTA DEL DIARIO LA INFORMACIÓN

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN LUNES 17 DE AGOSTO DE 2009

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 5 6 4 6 5 10 6 3 4 4 4 4 4 4 4 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 37 15 12 23
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 55 10 7 15
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Video 	<ul style="list-style-type: none"> 19 No hay No hay 5 No hay 8

**TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN MARTES 18 DE AGOSTO DE 2009**

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 11 5 4 6 5 10 6 3 4 4 5 4 4 4 4 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 34 18 13 28
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 58 10 9 16
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 27 No hay No hay 5 No hay 6

**TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN MIÉRCOLES 26 DE AGOSTO DE 2009**

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Sociedad • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> • Política (España) • Economía (Dinero) • Sociedad (Gente) • Sucesos • Deportes • Otros (cuáles) • Diez temas que no debes perderte • Lo último • Otras noticias destacadas • En nuestros blogs • Mundo • Artes • Tendencias • Ciencia • Tecnología • Televisión • Lo más visto, recomendado y comentado • Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 11 5 4 3 5 10 6 3 4 4 5 4 4 7 5 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas • Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> • Directas (primera mano) • Instituciones públicas • Instituciones privadas (agencias) • Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 33 15 13 31
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Crónica • Reportaje • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 53 10 13 16
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a color • Fotografías a blanco y negro • Ilustraciones • Caricaturas • Infografía • Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 26 No hay No hay 5 No hay 7

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN JUEVES 03 DE SEPTIEMBRE

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política (España) Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 7 5 5 4 7 10 6 3 4 6 5 4 4 6 5 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 30 16 11 38
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 54 10 13 18
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 27 No hay No hay 5 No hay 5

**TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE**

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política (España) Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 7 8 6 1 11 10 6 3 4 6 5 4 4 6 5 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 35 12 9 44
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 52 9 13 26
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 17 No hay No hay 5 No hay 7

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
SÁBADO 19 DE SEPTIEMBRE

EDICIÓN

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política (España) Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 5 5 6 3 13 10 6 3 4 5 4 5 4 6 5 10 4
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 33 11 8 46
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 56 8 11 21
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 22 1 No hay 6 No hay 7

**TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN
EDICIÓN DOMINGO 27 DE SEPTIEMBRE**

Medios Impreso		Medio Digital	
TEMAS			
SECCIONES	NÚMERO	SECCIONES	NÚMERO
<ul style="list-style-type: none"> Política Economía Sociedad Sucesos Deportes Otros (cuáles) 		<ul style="list-style-type: none"> Política (España) Economía (Dinero) Sociedad (Gente) Sucesos Deportes Otros (cuáles) Diez temas que no debes perderte Lo último Otras noticias destacadas En nuestros blogs Mundo Artes Tendencias Ciencia Tecnología Televisión Lo más visto, recomendado y comentado Ahora en la información (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> 5 5 4 6 19 10 6 3 4 6 5 5 4 7 5 10 3
FUENTES		FUENTES	
<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones públicas Instituciones privadas Documentales 		<ul style="list-style-type: none"> Directas (primera mano) Instituciones Públicas Instituciones privadas (agencias) Documentales 	<ul style="list-style-type: none"> 38 15 12 42
GÉNEROS		CIBERGÉNEROS	
<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 		<ul style="list-style-type: none"> Noticia Crónica Reportaje Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> 61 10 11 25
		IMAGEN	
<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía 		<ul style="list-style-type: none"> Fotografías a color Fotografías a blanco y negro Ilustraciones Caricaturas Infografía Videos 	<ul style="list-style-type: none"> 25 No hay No hay 5 No hay 4

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN /LUNES 17/08/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción. Para revisar ediciones o noticias pasadas se necesita suscripción gratuita
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de salud	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, economía, vida social, país, justicia, tierra, toros.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	No hay	
Fotogalerías	No hay	
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	Si hay, en algunas noticias se puede escuchar los audios de las entrevistas.	Libre acceso con o sin suscripción
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	No hay	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	No hay	
Diarios	No hay	
Sindicación de noticias de otros medios	No hay	

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario -Lista de e-mails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	Si hay encuestas	Libre acceso con o sin suscripción
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	No hay No hay No hay No hay No hay No hay	
Presencia en Flickr	No hay	
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	No hay No hay No hay No hay	

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 existe.	
(portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen dos opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio.	Libre acceso con suscripción
Versión html (solo texto)	Si hay	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay.	Con suscripción
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	No hay	
Versiones regionales / locales	Si hay	
Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	Libre acceso con o sin suscripción
Buscador	Tiene simple y avanzado	Libre acceso con o sin suscripción
Hemeroteca	Acceso por día , mes y año	Libre acceso con suscripción
Mapa del sitio	No hay	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave	No hay	
Ranking de noticias Lo más visto Lo más votado, Lo más comentado Lo más enviado	No hay No hay No hay No hay	
DISTRIBUCIÓN Tecnología <i>pull</i> <i>Suscripción al email</i> - alertas de última hora - boletines diarios - newsletter semanales <i>Suscripción al celular</i> Noticias vía SMS al móvil	Si existe Si existe No hay No hay No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
RSS	Si existe	Libre acceso con suscripción
Widgets Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	No hay	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	Libre acceso con suscripción
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	No hay	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	Libre acceso con suscripción
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	No hay	
Avisos clasificados	Si hay	
Promociones	Si hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	No hay	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	No hay	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	No hay	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	Si hay calendario	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	No hay	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	No hay	
Horóscopo	Si hay	
Humor	No hay	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si hay	
Información para anunciantes	Si hay	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/MARTES 18/08/2009

CONTENIDOS INFORMATIVOS		
a) Información noticiosa		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
En vivo (coberturas en tiempo real) Urgente Última hora	No se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (descarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/ MIÉRCOLES 26/08/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (d escarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de YouTube - Video streaming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/ JUEVES 03/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (d escarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
Microblogging Tipo de presencia en <i>twitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia con titulares web - Presencia con contenido propio - Presencia con periodistas en Twitter - Integración de Twitter en el sitio - Twitter móvil 	Si los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros 	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/ VIERNES 11/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (d escarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/ SÁBADO 19/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (d escarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

TABLA ANÁLISIS CUANTITATIVO DIARIO LA INFORMACIÓN/ DOMINGO 27/09/2009

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 se realizan coberturas en tiempo real, pero si existen noticias de última hora	Libre acceso con o sin suscripción
Coberturas móviles	No hay coberturas móviles	
Especiales (tipo reportaje)	Si hay un reportaje de turismo	Libre acceso con o sin suscripción
Micrositios (espacios fijos de seguimiento)	Existen enlaces y suscripciones para dar seguimiento a una noticia	Libre acceso con o sin suscripción
Portales verticales (especializado generalmente en temáticas)	Si, por ejemplo tiene secciones especializadas arte, deporte, dinero, gente política local tendencia, ciencia y tecnología.	Libre acceso con o sin suscripción
Otros		
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA		
a) Audio, video y gráficos animados		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Galería animada de noticias	Si hay y se exponen noticias de interés	Libre acceso con o sin suscripción
Fotogalerías	Con pie de foto y con un enlace a noticias relacionadas	Libre acceso con o sin suscripción
Foto – móvil	No hay	
Audiogalería	No hay	
Audio <i>on demand</i> (d escarga)	No hay	
Audio <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video <i>on demand</i>	Si existe la posibilidad de visualizar y bajar los videos a través de youtube y vimeo	
Video <i>on streaming</i> (en vivo)	No hay	
Video móvil en vivo	No hay	
Gráficos animados / interactivos	No hay	
Mapas interactivos	No hay	
Infografías animadas	No hay	
HIPERTEXTUALIDAD (hipervínculos)		
Enlaces relacionados	Si existen enlaces relacionados	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces intra – texto	Si existen enlaces intra-texto	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces internos (hacia adentro)	Si hacia secciones del diario	Libre acceso con o sin suscripción
Enlaces externos (hacia afuera)	Si se enlaza a diferentes paginas o blogs	Libre acceso con o sin suscripción
Diarios	Si diarios y agencias	Libre acceso con o sin suscripción
Sindicación de noticias de otros medios	Si mediante RSS	Libre acceso con o sin suscripción

ÁREA de PARTICIPACIÓN de LECTORES		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Contactos con el diario -Formulario - Lista de emails periodistas	Si existen contactos con el medio hacia la redacción, publicidad y redes sociales.	Libre acceso
Foros	No hay foros de discusión	
Encuestas	No hay encuestas	
Comentarios	Si se pueden hacer comentarios en las noticias publicadas en la web	Libre acceso con o sin suscripción
Votación de notas	No hay una votación sobre las notas	
Entrevistas <i>online (chats con personajes)</i>	No hay entrevistas online	
Consultorio <i>online (especialistas responden)</i>	No hay entrevistas online	
Reportería ciudadana - Envío de notas - Publicación directa - Blogs para los usuarios - Red Social para los usuarios	Si existe la posibilidad de enviar notas al diario pero no hay publicación directa de noticias, existe blogs para los usuarios y dispone de una red social para interactuar con ellos.	Libre acceso con o sin suscripción
Integración de contenido de redes sociales externas - Directorio de blogs externos - Publicación de contenido de bloggers externos - Reportes de twitters - Fotos de usuarios de Flickr - Videos de usuarios de You Tube - Video streamming de usuarios (Ustream) - Status o contenido proveniente de de usuarios de Facebook	No hay Si hay Si hay Si hay Si hay No hay Si hay	Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso Libre acceso
Otros		

Producción en Servicios Web 2.0		
b) Herramientas		
Contenido	Si / No / Detalle	Libre acceso / restringido / suscripción pago / gratuitos
Bitácora /blogs Podcast (last.fm) Video blogs Foto – blogs Mo blogs (contenido móvil) Blogs de periodistas Blogs de secciones Blogs de especialistas	Si hay Si hay No hay Si hay No hay No hay	Con suscripción Con suscripción Con suscripción
Presencia en Flickr	Si tiene presencia en flicker	Con suscripción
Vídeo (Canal en Youtube)	Si tiene presencia en youtube	Con suscripción
Wiki	No tiene presencia en wiki	
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 los tiene Si tiene presencia con contenido propio Si tiene presencia con periodistas en twiter Si tiene No hay	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción
Contenido de Enlaces Favoritos		
Redes Sociales - Presencia y producción en <i>Facebook</i> - Hi5 - Otros	Si tiene presencia en Facebook No tiene cuenta en hi5 Tiene presencia en Twiter, My Space, Delicious, youtube, flicker	Libre acceso con suscripción Libre acceso con suscripción

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 (portada larga/corta, ventana de última hora, ventanas informativas)	Si, existen tres opciones: - Portada larga/corta: se puede optar entre visualizar todos los contenidos de la página principal desarrollados en una versión resumida de la página principal. - Ventana de "Última hora": pequeña consola con titulares y enlaces que se abre al ingresar a la página de inicio. - Ventanas informativas: se abre cuándo hay nueva información, incluye enlaces destacados.	Libre acceso con o sin suscripción
Versión html (solo texto)	Si	Con suscripción
Versión en PDF (tal cual el impreso)	No hay	
Versión animada (hojear impreso)	No hay	
Versión para móviles (wap, iphone, blackberry, etc)	Si	
Versiones regionales / locales Versiones bilingue	No hay	
Ampliar/reducir el tamaño de letras	Si	Libre acceso con o sin suscripción
Ediciones para discapacitados	No hay	

PERSONALIZACIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN		
b) Recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos		
Barra de navegación	Si tiene barra de navegación	
Buscador	Tiene simple y avanzado	
Hemeroteca	Acceso por día	
Mapa del sitio	Listado de canales	
Nube de Tags – clasificación por palabras clave		
Ranking de noticias		
Lo más visto	Si existe lo más visto de toda la web	
Lo más más votado,	No hay	
Lo más comentado	No hay	
Lo más enviado	No hay	
DISTRIBUCIÓN		
Tecnología <i>pull</i>		
<i>Suscripción al email</i>	Si existe	
- alertas de última hora	Si existe	
- boletines diarios	Si existe	
- newsletter semanales	No hay	
<i>Suscripción al celular</i>	No hay	
Noticias vía SMS al móvil	No hay	
	No hay	
RSS	Si existe	
Widgets		
Videos, archivos o servicios pueden ser republicados (embebidos) en otros sitios.	Si existe un ejemplo es lo que está en Youtube.	
Reenvío de las notas por correo electrónico “a tus amigos”	Si existe.	
Reenvío de noticias a redes sociales (botonera a Facebook, Meneame, Twitter, Delicious, etc)	Si existe	
Noticias pueden ser imprimidas	Si se puede imprimir.	
Otros		

SERVICIOS		
c) Servicios comerciales		
Publicidad	Si hay publicidad en la portada	
Tienda virtual	Si existe a través del buscador no brinda la oportunidad de hacerlo mediante enlaces	
Avisos clasificados	No hay	
Promociones	No hay	
Otros		
d) Información-servicio		
Pronóstico meteorológico	Si existe	
Transporte público / carreteras	No hay	
Programación TV	Si existe	
Programación radio	No hay	
Cartelera espectáculo, agenda	Si existe	
Directorios	No hay	
Varios: diccionarios, traductor, calendario	No hay	
e) Información-ocio		
Juegos <i>online</i>	Si existe tiene 36 juegos	
Concursos	No hay	
Archivos de música / vídeo / animaciones	Si existe archivos de video	
Horóscopo	No hay	
Humor	Si existe	
Sorteos	No hay	
Otros (postales)	No hay	
f) Información institucional		
Institucional - Quiénes somos	Si existe	
Información para anunciantes	Si existe	
Otras actividades		
Mapa del sitio	No hay	

ANEXO 2

ENTREVISTA DIARIO LA HORA

Esta entrevista fue realizada al Lic. Marco Cadena, editor regional Imbabura y Carchi, quien actuó como vocero oficial de este medio.

Carlos Espinosa: ¿Los inicios de Diario la Hora, Una pequeña reseña de cómo empezó diario la Hora?

Marco Cadena: El periódico empezó hace 26 años en Quito, en un inicio era un periódico bastante popular, que llegaba a una clase media, media baja y era un matutino en la capital; después el dueño del periódico, que es el Dr. Francisco Vivanco, decidió hacer lo mismo pero en otra provincia. La primera provincia en donde apareció la Hora fue Esmeraldas después de Quito. Siguió apareciendo otras regionales porque en Esmeraldas comenzó a funcionar bien, esto hace 25 años. Aquí en Imbabura por ejemplo tiene 13 años el periódico, en Carchi tiene 10.

Al principio eran solamente páginas que se enviaban desde aquí a Quito y salía toda la información de Quito publicada en Ibarra nada más, pero poco a poco fue metiéndose en el gusto de la gente, hasta que ahora ya es una regional; es decir son redacciones totalmente diferentes independientes de la matriz Quito. De Quito se mete solamente la sección B que corresponde a las noticias del País y el mundo y en cada regional hay un equipo de periodistas, un equipo de fotógrafos, diagramadores que se encargan de poner en el papel toda la información. Hay algunas regionales que tienen su propia rotativa, algunos como nosotros imprimimos en Quito porque estamos bastante cerca. La infraestructura de la hora es bastante compleja como nosotros hay pocos periódicos en el mundo, en México hay un experimento y en Guatemala también. En Ecuador somos el único periódico con esta estructura.

Carlos Espinosa: ¿Cómo está estructurado el Diario la Hora en Imbabura y Carchi?

Marco Cadena: Bueno tenemos esta que sería la madre en Ibarra, tenemos una oficina en Tulcán con un equipo de periodistas fotógrafos y diagramadores también tenemos una corresponsalía en Ipiales y un equipo que está trabajando en Otavalo Tenemos corresponsalías por lo pronto en las ciudades más grandes en Colombia específicamente en

la frontera porque nosotros tenemos bastante gente Colombiana que vive acá y tenemos mucha relación con Colombia especialmente con Ipiales entonces decidimos que el periódico circule también en esa ciudad

Carlos Espinosa: ¿Cómo está distribuido el equipo de diario la Hora entre periodistas, fotógrafos, diagramadores?

Marco Cadena: Bueno normalmente los periódicos que son grandes ocupan periodistas para la temas específicos..., ponte a un periodista le manda solamente a la Asamblea, a otro periodista le mandan a cubrir solamente Presidencia, aquí los periodistas hacen de todo, tenemos en esta regional en Ibarra son 9 periodistas en Tulcán son 3, uno esta en Ipiales y dos están en Otavalo, entre todos envían la información acá que es la matriz aquí se arman las portadas las contraportadas y todo se conjuga aquí en Ibarra entonces se manda por internet absolutamente todo.

Carlos Espinosa: En cuanto a la regional podrías hablarnos cómo está su circulación y contenidos en Imbabura y Carchi

Marco Cadena: Nosotros tratamos de hacer un periódico bastante comunitario acercarnos bastante a la comunidad. Los periódicos grandes se pueden dar el lujo de publicar cosas que nosotros no podemos publicar para nosotros es más importante si no hay agua en algún lugar o si es que la gente no va a tener luz el siguiente día que cualquier cosa que pasa con el Presidente. Bueno, depende también lo que pase con el Presidente tratamos de estar apegados a la comunidad mandar temas comunitarios sin dejar de lado los demás temas ese es nuestra concepto de hacer periodismo.

Carlos Espinosa: Puedes hablarnos un poquito del diario la Hora en la web. ¿Por qué el diario la Hora en la web?, ¿desde hace que tiempo está?

Marco Cadena: Bueno yo trabajo aquí hace 8 años y el periódico siempre tenía su página web. Es la página web que más visitas recibe al día en cuanto a periódicos en todo el país justamente por eso porque a raíz de la crisis económica que ha vivido el país tenemos un montón de migrantes. Gente nuestra que vive en otros países y que no tiene manera de informarse de lo que pasa acá, si no es por el internet. Una de nuestra metas es justamente esa, informar a los que están afuera pero también vemos que con el tiempo podría

convertirse el internet en un arma de vender publicidad; no hay que olvidar que las empresas periodísticas son eso, empresas periodísticas entonces nosotros también vivimos de eso por lo pronto el internet no nos da absolutamente ni un centavo pero creemos que en un futuro tal vez pueda pasar.

Carlos Espinosa: ¿Cómo está la organización del periódico digital?

Marco Cadena: Por ahora nosotros somos los que enviamos el mismo material que se publica en el periódico impreso a la web, las mismas fotografías. Todavía la web no trabaja al ciento por ciento. Estamos en estos momentos en proyectos de armar redacciones digitales en cada una de las regionales; pero a raíz de la situación que se vive en el mundo con la crisis económica se recortaron los ingresos para pagar personal y no se puede implementar todavía esas salas, pero la idea es esa. Por lo pronto lo mismo que se publica en el escrito se publica en la web.

Carlos Espinosa: Cuál es el criterio de selección de la información para la página Web del medio. Interactividad, multimedialidad, hipertextualidad.

El nuevo medio es un producto interactivo y multimedia, que va integrando todos los recursos: el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación el video y el sonido, ¿qué recursos crees que se presentan en el diario la Hora en la web. Cuáles son los que más se presentan.

Marco Cadena: Se presentan absolutamente todos los que acabas de nombrar, si es que es necesario enviar una información con infografía se envía porque hay notas que con fotografía no....son notas más informativas. Ponte necesitas ubicarte en un lugar necesitas una infografía con una fotografía no puedes venderte lo suficiente entonces depende de la información para que nosotros utilicemos los mecanismos. Por ejemplo en nuestra web se están anunciando todos los productos que tiene el periódico y aparte también ponte aquí te informan sobre otras cosas como los asuntos judiciales, lo que está pasando con otras revistas y los demás productos del periódico como por ejemplo la revista "Las Luces", la revista "Artes" los suplementos, la revista "Vanguardia" que también es anexa al periódico entonces si se puede ocupar... lo que te imagines puede entrar en la web siempre y cuando sirva para informar mejor a la gente que está afuera o a la gente que se puede informar a través de la computadora que sería el único mecanismo para ellos.

Carlos Espinosa: Ustedes como encargados de lo que se plasma en Diario la Hora han podido determinar cuál es la preferencia del lector, qué parámetros utilizan y pueden servir para determinar el perfil exacto de los consumidores de los lectores en este caso.

Marco Cadena: Los lectores de los periódicos son como cualquier otro consumidor de cualquier otro producto, hay lectores para periódicos suaves, hay lectores para periódicos duros, hay lectores para periódicos sensacionalistas; nosotros en Imbabura específicamente... la Hora por ejemplo en Esmeraldas no es igual que la Hora de aquí, la Hora de Santo Domingo no llega a la misma gente que acá. El periódico nuestro está determinado para lectores de clase media alta, para empresarios, para jóvenes también, y tratamos de llegar justamente a ese grupo objetivo.

Carlos Espinosa: ¿Ustedes cuentan con un manual de estilo para periodistas digitales?

Marco Cadena: Sí, está renovándose el manual de estilo. Cada año se hace un nuevo manual porque normalmente en periodismo las cosas están evolucionando bastante rápido entonces lo que usas hoy ya no usas mañana y cada año se está renovando el manual de estilo y cambiando ciertas partes.

Carlos Espinosa: Actualmente nos decías que se está publicando lo que está plasmado en el diario Impreso ustedes a futuro han pensado en editar las noticias con normas enfocadas a la redacción digital

Marco Cadena: A eso vamos, a tener un editor digital en cada regional y a tener salas de redacción digitales en cada una de las regionales; que la noticia sea diferente, lo digital es la inmediatez y ese es el concepto que se tiene, es decir en este momento que se yo erupciona el Imbabura y deberían estar las imágenes del Imbabura y los testimonios, las fotos y todo en la web en este momento porque se trata de ser inmediato lo que no puede ser el impreso. El impreso no es inmediato hay que esperar hasta el siguiente día en cambio con la web podemos hacer eso aprovechar esa inmediatez que tenemos para informarle a todo el mundo lo que está pasando y podemos romper fronteras, con el impreso no se puede.

Carlos Espinosa: ¿Cada qué tiempo se actualiza la información en la web?

Marco Cadena: Diariamente si es que pasa algo bastante importante se actualiza dos veces al día pero normalmente es una vez por día. Todo lo que vos lees ahorita a la... yo cierro edición a las 10 de la noche y a las 11 de la noche ya está en la web la información de mañana eso es lo máximo a lo que se ha podido llegar hasta ahorita pero sabemos que se puede hacer mucho más.

Carlos Espinosa: Prácticamente los géneros periodísticos que se aplican para la web actualmente son los del medio tradicional porque están plasmando en la web lo que está en el diario impreso.

Marco Cadena: Nosotros, pero no debería ser así.

Carlos Espinosa: En cuanto a la sala de redacción existe una integración de las salas de redacción tradicionales y on line.

Marco Cadena: Deben estar integradas no pueden estar separadas las dos redacciones porque con los periodistas que se trabaja todavía no hay una especialización o una universidad que te enseñe a ser periodista digital. Entonces trabajamos con los mismos periodistas trabajando poco a poco, por ejemplo los míos comienzan a subir audio ya a la web, comienzan a editar textos para la web y próximamente también vamos a editar videos para la web. Entonces es poco a poco irnos introduciendo en el mundo digital y los periodistas van a ser completos porque van a ser periodistas del impreso pero que puedan trabajar también en la web y editar para la web.

Carlos Espinosa: Nos habías comentado que están utilizando ustedes herramientas de la web 2.0 como es el hipertexto, la multimedia, la fotografía, en cuanto a la redacción de las noticias como están utilizando las fuentes, la investigación de los temas, la inmediatez de la información cómo están ustedes adaptando esas herramientas de la web 2.0 a lo que actualmente sería o quiere verse plasmado diario la Hora.

Marco Cadena: todavía no llegamos a ese punto de adaptabilidad. Nosotros trabajamos con el periodismo todavía de Reportería, de buscar máximo 3, 4 fuentes de contrastar la información en el momento que tú publicas lo mismo que está en el diario impreso. Para la web no puedes estar adaptándote a nada, solamente nosotros mandamos la información y

el web master en Quito es el que sube toda esa información, nosotros por ahora no estamos en ese proceso todavía, no estamos encarrilados en ese proceso todavía.

Carlos Espinosa: ¿El personal de Diario La Hora ha recibido capacitación sobre comunicación digital?

Marco Cadena: No, todavía No, bueno los editores sí, algunos. Pero todo el personal los jóvenes de aquí que trabajan no, ninguno.

Carlos Espinosa: En cuanto a las plataformas cuáles conoces y cuáles están utilizando más o menos podrías hablarnos de que plataforma están utilizando ustedes para subir la información.

Marco Cadena: No tengo conocimiento de eso porque de eso se encarga la gente de Quito que es la que maneja la página web.

Carlos Espinosa: Hay un equipo especializado para administrar la pagina web

Marco Cadena: Claro en Quito hay una sala especializada para eso, hay como 5 personas que trabajan solamente para subir la información.

Carlos Espinosa: ok 5 personas integran la sala de redacción que está en la matriz en Quito.

Marco Cadena: Exactamente

Carlos Espinosa: ¿Para subir la información de todas las regionales?

Marco Cadena: para editar los audios y para absolutamente todo lo que pasa en la web.

Carlos Espinosa: ¿Qué servicios ofrecen ustedes a través de la web?

Marco Cadena: Ofrecemos asesoría legal, por ejemplo estamos ofreciendo suscripciones con otras revistas, que no tienen nada que ver con el periódico, estamos ofreciendo por ejemplo para los migrantes también abogados, si necesitas por ejemplo una consulta de

salud también hay médicos que están trabajando con la web directamente, entonces como que si se amplía un poquito más el espectro y depende de la regional hay algunas que tienen más que otras.

Carlos Espinosa: ¿Cómo ofrecen ustedes la información en el sitio web con video, audio, boletines electrónicos, galerías, textos?

Marco Cadena: Absolutamente todas, galerías de texto, audios cuando la situación lo amerita, también videos entonces si se aprovecha absolutamente todo lo que hay en la parte virtual.

Carlos Espinosa: ¿Ustedes han creado cuentas de usuario en los servicios tal vez Flickr, Youtube, Hi5, Facebook, Twitter, Cover It Live, en ninguno, en otros?

Marco Cadena: Tengo conocimiento de que en Flickr pero en lo demás no tengo idea

Carlos Espinosa: ¿Los periodistas de diario la Hora poseen cuentas de usuario individuales para cobertura en que servicios puede ser en Youtube, Flickr, Hi5, Facebook?

Marco Cadena: Por lo general los fotógrafos están metidos siempre...

Carlos Espinosa: ¿En un correo personal de diario la Hora?

Marco Cadena: En Flickr, nosotros si todos tenemos correo personal de diario la Hora, pero cada uno a veces crea sus blogs, sus cuentas personales, especialmente ya...como ésta sala de redacción es bastante diferente a las demás porque aquí casi todo el personal que trabaja aquí es joven entonces ellos están siempre al pendiente de absolutamente todo lo que pasa en la web y cada uno tiene su blog, cada uno tiene sus fotografías subidas a las plataformas virtuales en donde se puede exponer el trabajo de uno no...entonces...pero es por cuenta personal de ellos.

Carlos Espinosa: ¿Diario la Hora utiliza el teléfono celular o convencional como medio de interacción con la audiencia?

Marco Cadena: No, el teléfono convencional si, pero lo más es los e-mails, vía mail

Carlos Espinosa: ¿Vía digital, vía mail?

Marco Cadena: Es casi todo aja

Carlos Espinosa: ¿Ustedes utilizan el chat como medio de interacción con la audiencia o solo mails?

Marco Cadena: El Chat utilizamos como medio de interacción con todo el país como regiones, pero como audiencia con los lectores muy poco.

Carlos Espinosa: ¿Tienes un número o ustedes consideran un número de usuarios que visitan la web diariamente?

Marco Cadena: Si a nivel de Imbabura tenemos siete mil visitas diarias, a nivel de todo el país o bueno de lo que es Quito, Imbabura y algunas otras regionales son como 25 mil visitas al día que es bastantísimo. Para una página web recibir ese número de visitas es bastante por eso es que últimamente se tuvo que aumentar la capacidad de la página web porque colapsaba casi todo el tiempo y todo el tiempo estaba lento. Entonces eso se tuvo que hacer por la cantidad de visitas al día que hay

Carlos Espinosa: ¿Ustedes ponen publicidad de sus servicios a través de internet en google o en que buscador?

Marco Cadena: En los buscadores no, lo que tratamos de hacer ahorita, bueno se maneja la misma publicidad que manejan todos los medios radio, televisión y tratamos de que el periódico sea una conexión con nuestra web, pero todavía no tenemos en los buscadores.

Carlos Espinosa: ¿Ustedes estarían dispuestos a utilizar estrategias de social media para compartir su información?

Marco Cadena: Yo creo que si todo lo que sea avance y tecnología y abrimos más y expandirnos más yo creo que sí.

Carlos Espinosa: Actualmente ustedes conocen que los medios digitales están vendiendo noticias como tú decías actuales, lo que está pasando en el momento ustedes lo ven como

una amenaza al medio digital teniendo en cuenta que ustedes venden lo que paso ayer en el medio impreso

Marco Cadena: no lo que vemos es que a nosotros nos toca caminar para allá. El papel nunca va a desaparecer, porque no es lo mismo ver las cosas en el internet que en el papel, la gente tiene....el papel se guarda lo que está en el internet no, entonces sabemos que el papel no va a desaparecer, sabemos que tenemos que innovar y caminar para allá si, y que el periódico electrónico sea un apoyo para el medio impreso nada más.

Carlos Espinosa: Diario la Hora que piensa hacer y a qué tiempo corto, mediano, largo plazo se ve ya no solo viéndole al consumidor final como un lector sino ya utilizando web 2.0 interactuando con él y pasando de ser el lector a protagonista. A que tiempo se ve diario la Hora así, poniéndole al lector ya como protagonista, subiendo fotos, analizando, investigando, interactuando.

Marco Cadena: Estamos en ese proceso. Tratamos de que por ejemplo la gente comience ya a enviar las denuncias, las fotos para publicarles en el impreso y poco a poco irnos....el mercado nuestro todavía es muy reducido como para hacer eso porque ponte al principio decirle a la gente que denuncie las cosas era perder el tiempo o que escriba las cartas al lector. Por ejemplo era perder el tiempo en un principio es difícil meterte ahí pero ahora nosotros recibimos cartas que a veces ni siquiera se publican, ya puedo hacer yo un filtro de las cartas al editor que se reciben lo que no podía yo hacer antes o filtro de denuncias, entonces eso mismo es lo que va a pasar con el internet, hay que poco a poco en el impreso irle acostumbrando para que después podamos entrar a la web. Vivimos todavía en un mercado muy cerrado es el de Ibarra, en Quito están experimentando con eso pero ni ahí les funciona como debería. Entonces todavía Ecuador no es un país en donde haya internet en forma masiva.

ANEXO 3

PORTADAS DE LA SEMANA COMPUESTA DE DIARIO LA HORA

La Hora
LO QUE NECESITAS SABER 35c

¡BUENOS DÍAS!
ENTORNO

Imbabura, Carchi

LUNES 17 DE AGOSTO 2009

Madereros preocupados
Los costos de la madera incrementaron, quienes se dedican a este negocio se ven obligados a mantener sus precios y no tienen ganancias.
Página A3

Ciudad
Precio de útiles escolares se mantiene
A4

Reporte
Aprenda a sobrellevar la Diabetes
A5

Autovía no tiene fecha de reinicio
Ya son 26 días desde que la maquinaria de Panavial está paralizada.

IBARRA. El 23 de julio pasado la maquinaria de Panavial, que trabaja en la ampliación de la autovía, fue paralizada, pues la concesionaria no tiene más espacio para avanzar con la obra. Uno de los problemas es que el Ministerio de Transporte y Obras Públicas aún no resuelve el tema de las expropiaciones. Existen propiedades en las que, pese a que los dueños ya fueron indemnizados, no existe el orden de derrocamiento. La maquinaria permanece inmóvil en Bellavista y esta acción sigue como indefinida.
Página A2

MAQUINARIA. La paralización causa fuertes pérdidas económicas. En el tramo La Florida - Chaltura, aún hay que indemnizar a 2 o 3 propietarios.

Huracán de la Frontera' a audiencia
Esmoraldas: La Base Naval de San Lorenzo será el escenario en el que hoy, desde las 09:00, se realizará la audiencia en el caso 'Huracán de la Frontera', donde el fiscal presentará resultados de la instrucción iniciada. Las medidas de seguridad serán extremas, especialmente el retén ubicado en calle Andarele. Página 8-9

Quema que contamina
El problema se evidencia en la comunidad de Urcusiqui, cantón Otavalo. Los moradores de ese sector se quejan de la contaminación que causa la quema de restos de cabeza de ganado bovino.
Página A9

7 86 1000 206259
www.lahora.com.ec

IBUENOS DÍAS!

Imbabura, Carchi

MARTES 18 DE AGOSTO 2009

ENTORNO



Mira en festejos

El Balcón de Los Andes cumple hoy 29 años de cantonización. **Página A7**

ENTORNO



Allistan la fiesta de la mujer

A10

Volvió el caos

El parqueo tarifado sigue vigente, pero la resolución del Concejo Municipal botó por la borda las garantías.

IBARRA • Los dueños de los almacenes del centro de la ciudad empezaron a tomar la temperatura al problema de estacionamiento. Con el primer paso que dio el Municipio de Ibarra para eliminar el Sistema de Estacionamiento Regulado de Ibarra, ayer el viejo conflicto empezó a recrudecer.

Jorge Guerrero sostuvo que en el tramo de la calle Gviedo y Flores, los propietarios de los locales comerciales empezaron a estacionar sus vehículos por tiempo indeterminado. En ese tramo habían cinco vehículos que permanecieron todo el día.

Estuardo Gudño, vecino, reconoció que si quitan el Sistema volverá el caos a la ciudad, por lo que cree se debe aplicar un nuevo sistema.

Jorge Moreira, director de Serbarra, pidió reflexión al Alcalde de Ibarra y a través de un documento de 16 páginas, dijo que tome la decisión más ajustada al derecho. El funcionario dijo que no se debe dejar influenciar por personas interesadas en el proyecto, porque cree que eso causaría un grave daño a la ciudad.

Página A3



DESORDEN. Nuevamente, los dueños de los locales en las calles del centro tomaron posesión de las vías.



GUERRA. El polémico acuerdo entre Colombia y EE.UU. pone en alerta a América del Sur. En la foto: Hugo Chávez Frías.

Soplan vientos de guerra en Venezuela

CARACAS • En Venezuela, el acercamiento de Hugo Chávez con Rusia pone los pelos de punta a más de uno y es que el Jefe de Estado venezolano, insiste en que EE.UU. pretenda derrocarlo del poder.

El presidente Chávez dijo que la intención es comprar tanques rusos para contrarrestar la intención de EE.UU. de expandir su presencia militar en Colombia.

Página B8

Clases no se aplazarán por la gripe

IMBABURA • La expansión del virus de la gripe AH1N1 mantiene en alerta a los padres de familia, pues se aproxima el inicio de clases en la región.

Las autoridades de educación aseguran que hay que aplicar el Plan de Contingencia y seguir las recomendaciones, porque las clases no se aplazarán.

Página A7

Seguro también para los choferes

IBARRA • La Ley de Tránsito estipula que los transportistas deben afiliarse a sus trabajadores al Seguro Social. Para el cumplimiento el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) de Imbabura promueve una campaña de capacitación y socialización. La intención es que los propietarios de vehículos de transporte, conozcan los beneficios de afiliación y las sanciones, en caso de incumplimiento.

Página A4



RIESGO. Los transportistas están en constante peligro.



Pedestres no pagan las sanciones

En Ibarra hay peatones sancionados por incumplir las reglas. Sin embargo, no se acercan a pagar las multas.

Página A4



Soldados norcoreanos entraron en alerta militar

FOTO Y TEXTO: EFE

Señal: El mundo entra en vilo, pues ayer Corea del Norte puso en alerta a sus más de un millón de soldados ante el inicio de las maniobras militares conjuntas entre Estados Unidos y Corea del Sur. **Página A1**



7 86 1000 420625 9

www.lahora.com.ec



873 contagios y 33 muertes

El uso inadecuado de antigripales empieza a empeorar la situación con la AH1N1.

Página 64

LA FRASE

“Hay que buscar una salida al tema limítrofe de Las Golondrinas”

ALBERTO ANRANGO
ANÁLISIS DE POLÍTICA

Página A8



Ni casas sin acabar se libran de ladrones

IBARRA. Ni las casas o edificios en construcción se salvan de la acción de delincuentes. Aunque la Cámara de la Construcción de Ibarra considera que ese delito no es común, en los últimos meses hubo un aumento de robos de materiales de hierro y cobre, por el precio a nivel internacional.

El lunes, de una de las cinco viviendas que se construye en un sector de La Florida, para personas con capacidades especiales, se sustrajeron puertas e inmobiliario de la construcción.

Página A4

Lío económico se avizora en la UNE

Aseguran que con la prohibición de los aportes desde el rol de pagos, los dividen aún más.

IBARRA. Las necesidades administrativas de la Unión Nacional de Educadores (UNE) en Imbabura, serán difícilmente solventadas. Sin embargo, Eugenio Yépez, presidente asegura que no “terminará la lucha constante por la educación pública”.

Este problema se pronostica por la prohibición del Ministerio de Educación, del descuento de los aportes para este gremio, de los roles de pago de los maestros que se explica en el circular O82. Ahora, la contribución será voluntaria y existe división entre los criterios de los profesores.

Yépez dijo que confía en la convicción de sus compañeros para dar la contribución, las alternativas se determinarán después de analizarlas.

Pero la UNE a nivel nacional



TENSIÓN. La UNE está más dividida que nunca, pues hay maestros que están de acuerdo con las disposiciones del actual Régimen.

considera que es otra resolución que busca terminar con la organización, por lo que amenazan incluso con un paro nacional.

Sin embargo, Yépez dijo que antes de tomar una decisión

como esta, se consultará a las bases. Por esta razón, se convocó a una asamblea provincial, este 28 de agosto a las 10:00 para tratar este y otros temas.

Página A3

GLOBAL



Crisis en Honduras se acetúa

B7

CIUDAD



Aseguradoras se aclimatan a nuevas tarifas

A2



DINERO. 3.000 dólares perdió cada afectado por el robo.



7 861000 206259

www.lahora.com.ec

¡BUENOS DÍAS!

Imbabura, Carchi

JUEVES 03 DE SEPTIEMBRE 2009

REPORTAJE



Contaminación sacude a Los Ríos

A5

CRONOS



Otra vez se quedaron vestidas y alborotadas

A13

ENTORNO



Juzgado saturado

A7

Sorpresivo incremento en el galón de gasolina

La estatal asegura haber realizado un estudio para incrementar el costo en el galón de gasolina Súper.

IBARRA • La estatal Petrocomercial señaló ayer que el valor máximo de comercialización para la gasolina Súper es abierto de acuerdo al mercado internacional, por lo que luego de un análisis realizado, se tomó la decisión de elevar a 2 dólares cada galón de este combustible.

Mediante un comunicado Petrocomercial explica que a partir de este día la Red de Afiliados de las Estaciones de Servicio de la petrolera han subido el costo de esa gasolina.

"Es importante señalar que la competencia para establecer los precios de los derivados de hidrocarburos la tiene el Presidente de la República, de acuerdo al Artículo 72 de la Ley de Hidrocarburos en el país.

En función de esa potestad los precios fueron fijados por la Presidencia con fecha 2 de agosto de 2005 a través del Decreto 338; este Decreto fija el costo de los derivados de hidrocarburos en terminales y adicionalmente se fija en un margen de comerciali-

zación", señaló el comunicado.

Sin embargo, en este Decreto, en el artículo 2 que determina el valor máximo que las gasolineras o comercializadoras pueden cobrar por los distintos tipos de combustible, no consta la gasolina Súper. Se prevé por tanto que este derivado "puede ser expedito con un margen abierto de acuerdo al mercado".

Estándar internacional

El precio internacional de la Súper es de 2,1 dólares.

Petrocomercial asegura que el nuevo valor por galón (US 2 dólares) "no representa ningún riesgo ni motivo de preocupación para el país", porque se ofrece garantía en calidad y cantidad.



PRECIOS. Aseguran que el valor en el diesel y la gasolina extra no se elevará.



TRAGEDIA. Hay zonas remotas a donde nadie puede llegar.

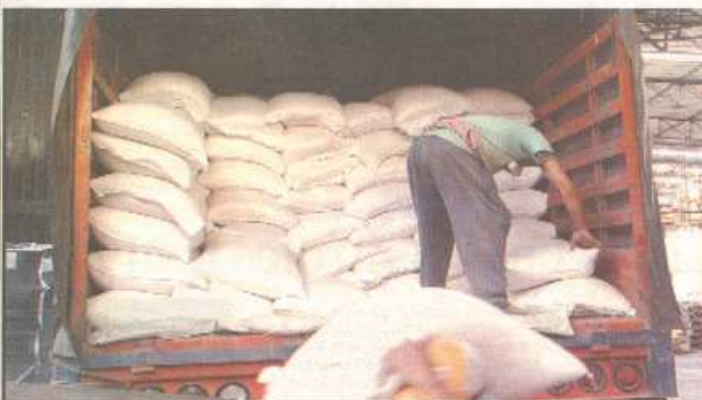
Terremoto en Indonesia

SUKABUMI, AFP-EFE • Un sismo de magnitud 7 sacudió ayer la isla de Java, en Indonesia.

Según los primeros reportes, las víctimas mortales ascienden a 30, aunque se sigue en la búsqueda de cadáveres. El número de heridos sería 400, mientras los rescatistas buscan bajo los escombros alguna señal de vida.

Más de 40 personas están atrapadas y podrían haber muerto en el distrito de Cibinong, al sur de Yakarta, en donde se siente la tragedia.

Página B7



Arroz ecuatoriano pretendía ingresar a Colombia

FOTO Y TEXTO: LA HORA

IpiALES: Las autoridades de IpiALES decomisaron arroz ecuatoriano que ingresó ilegalmente a Colombia. La graminera fue descargada en las bodegas de Alopopalar, cerca al Puente Internacional de Rumichaca. La prohibición de importar arroz aumenta el comercio ilegal del producto. **Página A16**

A pagar más por adoquín y veredas

IBARRA. El pago que realizan los ibarreños por concepto de adoquinados depende en un 60% del avalúo de la vivienda y en 40% de la extensión del frente intervenido.

Hasta la cuarta etapa se cobraba bajo la fórmula de 50-50, es decir, el aporte total corría por partes iguales por el frentista y el Municipio.

Sin embargo, para la quinta etapa de adoquinado, el Concejo Municipal aprobó ayer la Ordenanza que regula el cobro por adoquinado y aceras con un pago del 85% de la inversión a cargo de los contribuyentes. La Ordenanza permaneció archivada un año.

Página A3

Gasolina y gas a Ibarra

8.000 galones, entre gasolina y diesel, además de 272 tanques de gas incautados por la Policía de Carchi retornaron a los centros de almacenamiento de Petrocomercial.

La disposición permitió que los representantes de Petrocomercial trasladen el combustible hacia Ibarra, al centro de almacenamiento.

Página A16



7 861000 206259

www.lahora.com.ec

Fricción se acentúa

Indígenas y estudiantes anuncian movilizaciones.

OTAVALO, IBARRA • La marcha del movimiento indígena que se realizará mañana a más de estar en contra de la ley de aguas y de cómo el Ministerio de Educación maneja la educación bilingüe, también será en rechazo a la conformación de los Comités de Defensa, que impulsa el Gobierno. El movimiento indígena considera que este tipo de acciones atentan a las organizaciones, pues el único objetivo es destruirlos, para que la dirigencia nacional no tenga asidero para sus planteamientos a favor de los indígenas y campesinos. Sin embargo, el oficialismo



MEDIDA. Se espera que 15.000 personas participen en la marcha de protesta.

sostiene que lo único que quieren es reactivar a los comités familiares que ya se conformaron.

Universitarios protestan

Los universitarios sólo esperan el inicio del nuevo ciclo académico para organizar movilizaciones contra la nueva Ley de Educación Superior, que impulsa el Gobierno Nacional.

Al menos, así aseguró Diego

Soto, dirigente estudiantil, quien dijo que las protestas locales desembocarán en una movilización nacional en la primera semana de octubre.

Ellos aseguran que la protesta también es para que los asambleístas de Alianza PAIS no se conviertan en alzadores de mano y analicen la Ley con la comunidad universitaria.

Páginas A3,A10



Queda ofrecido a Venezuela todas las armas que quiere

FOTO Y TEXTO: EFE

Moscú: Hugo Chávez, presidente de Venezuela, hizo oficial el anuncio ayer, en Moscú, acerca del reconocimiento de la independencia de las regiones separatistas georgianas de Osetia del Sur y Abjasia y logró la promesa del Kremlin de suministrarle el armamento que necesita. Página



REINADO
Conozca a Maria Belén Jaramillo
ATT



CIUDAD
Precios no se estabilizan
A2



REPORTAJE
De viaje por las casas más antiguas de Ibarra
A5



EPECTIVO
A ocho años del atentado
B6

Otra muerte sospechosa

IBARRA • Ayer, falleció la presunta tercera víctima mortal por el virus AH1N1, en la unidad de Terapia Intensiva del hospital San Vicente de Paúl.

La paciente era oriunda del Carchi y padecía de neumonía. Pese a que la Dirección de Salud confirmó la causa de su muerte en 15 días, este medio conoció que la mujer recibía tratamiento por la gripe.

Página A4

Trabajan bajo tensión

IBARRA • La revisión de contratos mantiene en suspenso a los empleados y trabajadores del Municipio de Ibarra. El miércoles se dieron por terminados los contratos de 50 personas.

Jorge Martínez, alcalde, dijo que estas evaluaciones se extenderán hasta el 31 de octubre y será el análisis el que determine quien se queda y quien se va. La evaluación nace por la firma de contratos en los últimos seis meses de la anterior administración municipal.

Página A3

CIRCULA HOY



7 861000 206259

www.lahora.com.ec



NUNCA MÁS SERÁS UN BLANCO PERFECTO

CON IMBAUTO SI ESTAS SEGURO!!!

En Septiembre tu vehículo 0km con láminas de seguridad sin costo.

IMBAUTO

SIEMPRE CONTIGO



¡BUENOS DÍAS!

Imbabura, Carchi

SÁBADO 19 DE SEPTIEMBRE 2009



REINADO. Las nueve candidatas al reinado de Ibarra tendrán la prueba de fuego, hoy, cuando se elija a la nueva soberana.

Empezó la fiesta

Con el pregón se abrió el telón de las fiestas por los 403 años de fundación.

IBARRA. Con folklor, coplas, espuma de carnaval y un 'Viva Ibarra' empezaron las fiestas por los 403 años de fundación.

El pregón arrancó a las 17:00, tal como se anunció y después de cuatro años el recorrido regresó a la calle Bolívar. El desfile lo abrió la delegación de 23 colegios de la ciudad, con la campaña Vivamos la Fiesta en Paz (VFP). Los jóvenes pidieron, con gritos, que se celebre a la Ciudad Blanca sin alcohol.

Participaron carros alegóricos de los municipios de la provincia, instituciones educativas, empresa privada y vehículos del desfile del Bicentenario que rela-



PREGÓN. La Delegación de Colombia usó la chispa a la fiesta.

taron parte de la historia del Primer Grito de Independencia.

Una de las comparsas más aplaudidas fue la delegación de Colombia que presentó frente a la tribuna, un baile tradicional de la cultura Pasto, la Guaneña.

Miriam Pantoja Otero, cónsul de Colombia en Ecuador, dio su mensaje de paz y confraternidad y entregó a las autoridades el café colombiano.

Fiestas de fundación

Programa para hoy

- 08:00. Cuarta visita de automovilismo en el Autódromo Internacional José Soler Tabar de Yahuarcocha.
- 14:00. Festival de Bandas de Pueblo, en el poblado de Yahuarcocha.
- 19:00. Bicación de la Reina de Ibarra, en el parque La Merced.

El delito se esconde en las vías alternas

TULCAN. En menos de dos días seis vehículos fueron retenidos por el Servicio de Vigilancia Aduanera, SVA, cuando trataban de ingresar al país con productos perecibles de origen colombiano.

Los automotores fueron sorprendidos en pasos que comunican a Ecuador con el vecino país, Colombia.

Las frutas tenían como destino los mercados de la capital ecuatoriana.

Otra vez queda al descubierto que el contrabando pasa por las vías alternas.

Página A16



CONTRABANDO. Los evasores se dan modos para pasar.



Yahuarcocha pide ayuda para vivir

La administración actual intentará que se declare el estado de emergencia para la laguna, pues aseguran se seca poco a poco. Página A11



Atuntaqui padece por el agua

A7



La fiesta de la Jora empezó

A8



Awás enferman

A16



Sanciones rondan al Magisterio

A3



www.lahora.com.ec

LOGURA
SOLO POR ESTE MES IMBAUTO ES EXTREMA

Compra un Chevrolet y solo por este mes:
12 MESES sin intereses
SIN ENTRADA
CREDITO DIRECTO

IMBAUTO
SIEMPRE CONTIGO
CHEVROLET



ACCIONES. Según los indígenas no declinarán la medida y no les preocupan las represiones de la fuerza pública.

Listos para las movilizaciones

El Presidente de la República dijo que no se dejará presionar por la Conaie.

OTAVALO, QUITO. En acostumbrada cadena radial sabatina, esta vez desde Cayambe, el presidente de la República, Rafael Correa, hizo un llamado a desconocer el paro convocado por grupos indígenas y que inicia hoy.

Correa está dispuesto a irse a su casa, pero no dialogará por la

fuerza con ningún sector.

"Aquí van a encontrar dignidad", advirtió a los dirigentes de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie), a quienes les calificó de indios pelucos de ponchos dorados. "Levántense no más, pierden su tiempo, pero este Presidente no cederá a las presiones de nadie", anotó.

A pesar de todo lo que el Presidente anunció y del plan policial para evitar que las carreteras sean cerradas, el movimiento indígena se mantiene en su posición.

No darán su brazo a torcer

José Manuel Anrango, presidente de la Confederación del Pueblo Cayambi, dijo que la dirigencia indígena se prepara para la movilización en asambleas permanentes y cuando escucharon a Correa en la radio durante su cadena no les gustó que diga que no dialogaría con los dirigentes indígenas.

Anrango dijo que todo está listo para la movilización, por lo que desde hoy, en diferentes horarios, se tomarán las carreteras.

Página A9- B1

TOME NOTA

En la edición de hoy, en la página A9, se publican los resultados de las elecciones municipales de Quito y Cuenca.



RIESGO. Israel Ayala, vigilante, fue atacado por los malandrines.

Vigilantes en peligro

TULCÁN. Ser guardia de seguridad es un gran riesgo en la provincia y en todo el país. Ellos permanecen en el día o en la noche expuestos a los delincuentes. La responsabilidad suya es vigilar almacenes, instituciones públicas o privadas.

Israel Ayala es uno de los guardias quien por poco pierde la vida en manos de los malhechores. Vigilaba el Subcentro de Salud de la parroquia de Julio Andrade, cantón Tulcán, pero fue interceptado por los malandrines, quienes lo atacaron hasta dejarlo inconsciente.

Página A18

Atentos al clima

IBARRA. El objetivo de los agricultores es iniciar la siembra en la temporada de lluvias y cosechar antes que inicie la sequedad, pues en esos meses casi el 70% de ellos se quedan varados sin ningún trabajo agrícola.

Página A3



NOVA CERO
Conflictos por el agua
B2-3



ENTORNO
Enaltecieron a la Bandera
A3



CRONOS
Hoy se considera al rey de la escalada
A14



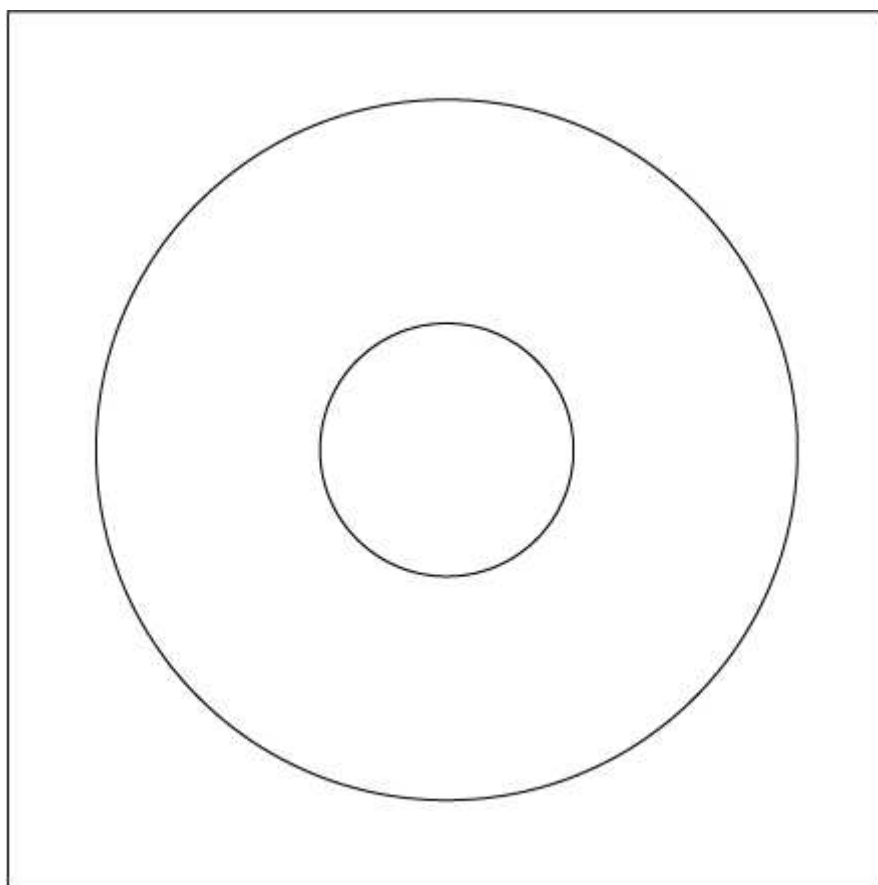
www.lahora.com.ec

**CAMIONES IMBAUTO
CREDITO DIRECTO
30% de entrada, 48 meses**



**IMBAUTO
SEMPRE CONTIGO**

Portadas de la semana compuesta digitales de Diario La Hora versión digital y Diario La Información.



ANEXO 4

Videograbación de la entrevista realizada al Lic. Marco Cadena editor de Diario La Hora regional Imbabura- Carchi.

