



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Derecho**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN PERIODISMO**

**TEMA**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA**

**AUTOR: ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE**

**TUTORA: MSC. JULISSA VILLANUEVA**

**GUAYAQUIL**

**2018**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

### CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

#### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: "MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA", presentado por el estudiante **ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE** como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN PERIODISMO, encontrándose apto para su sustentación

Firma:



ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE

C.I. 0951183599

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/as suscritos/as y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar Medios de Comunicación y Redacción Periodística.

Autor

Firma:



ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE

C.I. 0951183599

**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Medios de Comunicación y Redacción Periodística

**AUTOR/ES:**

Alfredo Nicolás Robles de la Torre

**REVISORES O TUTORES:**

Julissa Villanueva

**INSTITUCIÓN:**

**Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil**

**Grado obtenido:**

Licenciado en Periodismo

**FACULTAD:**

Ciencias Sociales y Derecho

**CARRERA:**

Periodismo

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2018

**N. DE PAGS:**

82

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Periodismo e Información.

**PALABRAS CLAVE:**

Periodismo, digital, comunicación, medios, hipertexto, redacción.

**RESUMEN:**

En la actualidad la comunicación por parte de los medios se ha transformado, por lo que han tenido que tomar nuevos caminos para llegar a sus audiencias, este cambio de lo tradicional a lo digital constituye todo un hito para el Ecuador y el mundo, la forma en que se consume la información se ha diversificado permitiendo llegar a más personas al instante, ya no es necesario esperar un día o varios para conocer los sucesos que se presentan, tan solo se requiere de dispositivos electrónicos y acceso a internet para estar comunicado, las nuevas tendencias de consumo han obligado a que los medios de comunicación se sumen a esta era digital, dejando de percibir ciertas ganancias como medios tradicionales. Los mayoría de los medios ha optado por adaptarse y aplicar nuevos procesos para mantenerse en el negocio, debido a esto han tenido que emplear la redacción hipertextual, plataformas digitales y herramientas que permiten que el

<p>contenido tenga un mayor valor, porque al emplear un periodismo digital se obtienen ciertas ventajas como lo son: llegar a mayores audiencias, comunicar en el momento, vincular la información con contenido audiovisual, enlazar fuentes de información, interactividad en la comunicación, retroalimentación, entre otras. En el presente proyecto se ha tenido que realizar un estudio tanto de medios de comunicación, periodista como de profesionales del área digital, para obtener información precisa del impacto y evolución que han tenido los medios de comunicación impresa con la llegada de la era digital.</p>		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>		<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Nicolás Robles de la Torre	<b>Teléfono:</b> 0987757568	<b>E-mail:</b> nicolas290993@outlook.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b> Mg. Lcdo. Federico Guillermo Varas Chiquito	<b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 <b>Ext.</b> 251 <b>E-mail:</b> federico.varas@ulvr.edu.ec	

## CERTIFICADO DE SIMILITUDES

URKUND

### Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS NICOLÁS ROBLES, FINAL. 21 NOV. 2018.docx (D44342933)  
Submitted: 11/21/2018 5:10:00 PM  
Submitted By: nicolas290993@outlook.com  
Significance: 4 %

#### Sources included in the report:

<https://repositori.upf.edu/handle/10230/27968>  
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/995/584/>  
<http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/Comercio-electr%C3%B3nico.pdf>  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818816397](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818816397)  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/banners/2013/17-6-13-Ley-de-comunicacion.pdf>  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21738/1/1.MAUG%20TRABAJO%20DE%20TITULACION%20ESPECIAL%20JAEV.pdf>  
<http://eprints.rclis.org/19182/1/Serie%20N%C2%B081%20Mariela%20Ferrada.pdf>  
<http://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>  
<http://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)  
<http://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319004.pdf>  
<http://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>  
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3833/1/UPSE-TCS-2014-0012.pdf>  
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/investigacion/mod/page/view.php?id=3118>  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5825189.pdf>

#### Instances where selected sources appear:

28



## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo investigativo se lo dedicó principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de esta profesión.

A mi novia, por su paciencia, constancia y respaldo en este camino de aprendizaje y superación.

**ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE.**

## **DEDICATORÍA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

**ALFREDO NICOLÁS ROBLES DE LA TORRE.**



## RESUMEN

La comunicación por parte de los medios de comunicación se ha transformado, por lo que han tenido que tomar nuevos caminos para llegar a sus audiencias, este cambio de lo tradicional a lo digital constituye todo un hito para el Ecuador y el mundo, la forma en que se consume la información se ha diversificado permitiendo llegar a más personas al instante, ya no es necesario esperar un día o varios para conocer los sucesos que se presentan, tan solo se requiere de dispositivos electrónicos y acceso a internet para estar comunicado, las nuevas tendencias de consumo han obligado a que los medios de comunicación se sumen a esta era digital, dejando de percibir ciertas ganancias como medios tradicionales. La mayoría de los medios ha optado por adaptarse y aplicar nuevos procesos para mantenerse en el negocio, debido a esto han tenido que emplear la redacción hipertextual, plataformas digitales y herramientas que permiten que el contenido tenga un mayor valor, porque al emplear un periodismo digital se obtienen ciertas ventajas como lo son: llegar a mayores audiencias, comunicar en el momento, vincular la información con contenido audiovisual, enlazar fuentes de información, interactividad en la comunicación, retroalimentación, entre otras. En el presente proyecto se ha tenido que realizar un estudio de medios de comunicación, periodistas como de profesionales del área digital, para obtener información precisa del impacto y evolución que han tenido los medios de comunicación impresa con la llegada de la era digital.

**Palabras Claves:** Periodismo, Digital, Comunicación, Medios, Hipertexto, Redacción.

## SUMMARY

Communication by the media has been transformed, so they have had to take new paths to reach their audiences, this change from traditional to digital constitutes a milestone for Ecuador and the world, the way in which that information is consumed has diversified allowing more people to be reached instantly, it is no longer necessary to wait a day or several to know the events that occur, only electronic devices and internet access are required to be communicated, the new ones Consumer trends have forced the media to join this digital era, not perceiving certain gains as traditional means. Most of the media has chosen to adapt and apply new processes to stay in business, due to this they have had to use hypertext writing, digital platforms and tools that allow content to have a greater value, because when using digital journalism certain advantages are obtained, such as: reaching larger audiences, communicating at the moment, linking information with audiovisual content, linking sources of information, interactivity in communication, feedback, among others. In the present project it has been necessary to carry out a study of the media, journalists and professionals of the digital area, in order to obtain accurate information on the impact and evolution of the printed media with the arrival of the digital age.

**Keywords:** Journalism, Digital, Communication, Media, Hypertext, Drafting.

## ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	III
FICHA DE REGISTRO DE TESIS.....	IV
CERTIFICADO DE SIMILITUDES.....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
DEDICATORÍA .....	VIII
RESUMEN .....	IX
SUMMARY .....	X
ÍNDICE.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
Capítulo I .....	1
Introducción .....	1
1.1 Tema .....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema .....	6
1.4 Sistematización del problema .....	6
1.5 Objetivos del estudio.....	6
1.5.1 Objetivo General.....	6
1.5.2 Objetivos específicos .....	6
1.6 Justificación de la Investigación .....	6
1.7 Alcance del objeto de la investigación.....	7
1.7.1 Alcance .....	7
1.7.2 Delimitación temporal .....	7
1.7.3 Delimitación Geográfica.....	7
1.8 Idea a defender.....	8
Capítulo II.....	9
Marco Teórico.....	9
2.1 Estado de Arte.....	9

2.2 Marco Contextual.....	11
2.3 Marco Teórico.....	27
2.3.1 Periodismo tradicional y el periodismo digital.....	27
2.3.2 TIC del Ecuador.....	31
2.3.3 Medios nativo digitales del Ecuador.....	39
2.3.4 Relación de los usuarios con las TIC.....	40
2.3.5 Analfabetismo digital.....	41
2.3.6 Características del periodismo digital.....	42
2.3.7 Impacto de las características del periodismo digital a los géneros periodísticos tradicionales.....	44
2.4 Marco Conceptual.....	46
2.4.1 Hipermedia.....	46
2.4.2 Hipertextual.....	46
2.4.3 Multimedia.....	46
2.4.4 Cibernauta.....	47
2.4.5 TIC.....	47
2.4.6 Cibernética.....	47
2.4.7 Multiplataforma.....	48
2.4.8 Periodismo digital.....	48
2.5 Marco Legal.....	48
Capítulo III.....	50
Marco Metodológico.....	52
3.1 Tipo de investigación.....	52
3.1.1 Investigación descriptiva.....	52
3.1.2 Investigación explicativa.....	52
3.2 Fuentes de información.....	53
3.2.1 Fuentes primarias.....	53
3.2.2 Fuentes secundarias.....	54
3.3 Enfoque de la Investigación.....	54
3.4 Técnica de investigación.....	54
3.4.1 Entrevista a profundidad.....	54

3.4.2 Focus Group.....	55
3.5 Resultados obtenidos .....	57
3.5.1 Entrevista a representantes de los medios analizados.....	57
3.5.2 Entrevista a expertos digitales. ....	63
3.5.3 Focus Group a periodistas.....	66
3.6 Resultados de la investigación.....	74
CONCLUSIONES .....	78
BIBLIOGRAFÍA .....	80
ANEXOS .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modalidades de los cybermedios.....	19
Tabla 2 Clasificación de los medios de comunicación social cibernéticos .....	20
Tabla 3 Diferencias entre periodismo tradicional y digital.....	29
Tabla 4 Ranking de sitios web más visitados en Ecuador 2018 .....	36
Tabla 5 Ranking de medio web más visitados en Ecuador 2017.....	36
Tabla 6 Aspectos legales (parte 1).....	49
Tabla 7 Aspectos legales (parte 2).....	50
Tabla 8 Aspectos legales (parte 3).....	51
Tabla 9 Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 1) .....	57
Tabla 10 Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 2).....	58
Tabla 11 Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 2) .....	59
Tabla 12 Aspectos positivos y negativos de la redacción hipertextual obtenida de la entrevista a representantes de los medios analizados.....	61
Tabla 13 Entrevista a expertos digitales (parte 1).....	63
Tabla 14 Entrevista a expertos digitales (parte 2).....	64
Tabla 15 Focus Group a Lcds. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 1) .....	67
Tabla 16 Focus Group a Lcds. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 2) .....	68
Tabla 17 Focus Group a Lcds. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 3) .....	69
Tabla 18 Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 1).....	70
Tabla 19 Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 2).....	71
Tabla 20 Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 3).....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Uso del internet por Provincia.....	32
Figura 2: Porcentaje de celulares activados por Provincia .....	33
Figura 3: Uso del computador por Provincia.....	34
Figura 4: Crecimiento porcentual del 2012 al 2016.....	35
Figura 5: Tráfico web por dispositivos .....	37
Figura 6: Motivos por lo que utilizan internet los usuarios .....	38
Figura 7: Variación porcentual del analfabetismo en el Ecuador 2012-2016.....	42
Figura 8: Línea de tiempo de los medios analizados .....	59

## **Capítulo I**

### **Introducción**

**Título:** “Análisis de los recursos periodísticos convencionales y su incidencia en los procesos de redacción hipertextual multiplataforma”.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar cómo ha incidido la era digital en la estructura de redacción periodística de los diarios El Universo y Expreso, el problema principal de esta investigación es el desconocimiento que se tiene sobre las dificultades y avances que han tenido los medios de comunicación impresos para ser reconocidos en la actualidad con la llegada de la era digital.

Los medios periodísticos constituyen una de las bases principales del periodismo dentro del país y del mundo, como medios de comunicación están encargados de anteponer a sus intereses el de los usuarios, siendo capaces de cubrir y dar a conocer acontecimiento de gran trascendencia. Los medios periodísticos tuvieron que dar un gran salto de lo tradicional a lo digital con la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), así como el acceso a estos, una de las mayores interrogantes es como estos medios han pasado por este proceso, así como el periodismo ha evolucionado en el país por medio de este tipo de vías de comunicación.

Se realizó una investigación por medio de fuentes primarias (investigación cualitativa del proyecto) y secundarias (libros, revistas, periódicos, repositorios, artículos científicos, paginas gubernamentales), con el fin de obtener la mayor cantidad de información relevante sobre el tema de estudio, además se revisaron estudios relacionados al proyecto para establecer la relación y analizar los aportes que pueden generar este tipo de investigaciones.

Para llevar a cabo la investigación se utilizó una investigación descriptiva, explicativa y de campo por medio de un enfoque cualitativo, donde se emplearon las herramientas de entrevistas a



profundidad y Focus Group. El autor tuvo que dirigirse a los sitios donde se encontraban los representantes de los medios, los profesionales de periodismo y expertos digitales, en donde se tuvieron que realizar las entrevistas a profundidad y realizar un grupo focal.

Con base en toda la información que se recopiló por medio del estudio, se determinó que la incidencia que han tenido los medios periodísticos con el impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación, así como de las nuevas plataformas digitales ha sido del todo positivo, puesto que, ha generado que exista una evolución periodística que marca un antes y un después en el periodismo ecuatoriano digital.

## **1.1 Tema**

Medios de comunicación y redacción periodística.

## **1.2 Planteamiento del problema**

Los medios periodísticos literarios en sus plataformas digitales son un recurso de comunicación indispensable en la nueva era digital, con el objeto de fomentar la libertad de expresión y el compromiso de informar acontecimientos y sucesos que se vive en el país y el mundo, cuya finalidad subyace en crear una sociedad que crece con constantes valores como: la responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.

En el país, estos medios son una base firme y ejemplar de lo que significa llevar a cabo la carrera de periodismo, orientada con información precisa, concisa y eficaz del diario, así como del acontecer en el Ecuador y el mundo.

Los diferentes medios de comunicación impresos, dentro de la nueva era digital, poseen plataformas que facilitan publicar noticias, como portales web y redes sociales. Las plataformas virtuales tienen nuevos elementos multimedia que facilitan la publicación de información como vídeo, imágenes y audio, que ayudan aclimatar el ambiente y transmitir todo lo que puede ser una

información esencial para su comprensión. Además, integran un sistema de continuidad que ayuda a los cibernautas a conocer temas de actualidad desde su inicio; por otra parte, están los hipervínculos que enlazan a nuevas pestañas para que las audiencias reciban nueva información y de manera interactiva.

Según un artículo del Diario Herald (2016), el primer diario en tener un ordenador en su redacción fue el Daily Oklahoma, en 1963, en Estados Unidos, pero no fue hasta los años 1993 y 1995, que se presentó el nacimiento de varios periódicos digitales, entre estos era el New York Times, Los Ángeles Time, The Washington Post, entre otros. Estos fueron los primeros diarios de dar paso frente a este gran escalón como es el internet, que llevó a trascender el periodismo con ayuda de la tecnología y la nueva era digital a las nuevas generaciones

Con el pasar del tiempo los diarios online presenciaron nuevas posibilidades que ayudaban a los periodistas, así fueron integrando nuevos métodos, modismos y características que la web brinda para mantener a sus lectores informados y enfrentar la competencia que fomenta los demás medios de comunicación en la nueva era digital.

Los estudiantes de comunicación y/o periodismo, los periodistas y la sociedad en general se encuentran diariamente leyendo todo el contenido digital, de igual manera que el tradicional, debido a que es indispensable conocer los sucesos, así mismo, hechos que vive el país y el mundo, por eso uno de los recursos indispensables de los estudiantes es el teléfono que en cuestión de minutos pueden acudir a diferentes portales web para estar actualizados con la información.

Para efectos de este análisis, se ha considerado el caso de dos periódicos, los cuales migraron sus contenidos a plataformas virtuales, estos son: El Universo y Expreso, dos de los diarios más visualizados a nivel nacional, no obstante, su elección fue aleatoria entre los otros seis que proceden de la misma ciudad de Guayaquil.

Las partes del Expreso y El Universo son similares al visualizar, pero se manejan de forma diferente. El portal de El Universo tiene en comienzo la portada azul donde indica el nombre a un costado izquierdo con un fondo blanco, está distribuido por ocho secciones principales que son: noticia, opinión, Guayaquil, deportes, entretenimiento, vida, tendencias y más, de los cuales tienen desde tres hasta nueve subsecciones y aparte posee una sección de temas de mayor interés. El contenido se puede visualizar las noticias más relevantes, para seguir con temas de las subsecciones, después con editorial, caricatura, columnistas, suscripciones, contenido de última hora con sus fotografías, los clasificados, el clima, lo más leído, publicidad, noticias de diferentes secciones con sus respectivas fotografías, la repetición de las secciones, los temas de mayor interés.

Para finalizar en la parte de abajo están los enlaces de sus diferentes revistas o diarios como, Sambo, La Revista, super, Doctor Tecno, El club, Full Clasificados y Radio City. Aparte se encuentran las diferentes redes sociales y páginas que manejan como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Google Plus, SoundCloud, LinkedIn y RRS. Debajo de ello se encuentra el pie de página, los cuales son enlaces de información que publica la empresa, entre esos se encuentra el quiénes somos, políticas de privacidad, contratar publicidad, FAQs, optativos, contáctenos y el código deontológico; además de C.A. El Universo, todos los derechos reservados, periódicos asociados de Latinoamérica, periódicos, Interactive Advertising Bureau Ecuador.

Dentro del Art. 60 de la Ley Orgánica de Comunicación, los contenidos se identifican y clasifican en: (I), informativos; (O), de opinión; (F), formativos/educativos/culturales; (E), entretenimiento; y (D), deportivos.

Por otra parte, el portal del diario Expreso, que en su cabecera presenta un fondo azul el cual tiene en lado izquierdo el nombre del diario, seguido de la fecha en el centro y en la parte derecha esta una pestaña para registrarse y otra para iniciar sesión, en la parte inferior de la cabecera le

siguen las secciones que están divididas en noticias, opinión, Guayaquil, deportes, entretenimiento, vida, tendencias, videos, clasificados, más, en estas mismas son caracterizadas como ventanas las cuales tienen desde dos hasta catorce subsecciones y por último a lado derecho se encuentra el buscador.

Expreso es un diario bien redactado con una visualización simple y con imágenes y videos que ayudan a su dinamismo, con una clasificación sólida, muy conocido a nivel nacional y aceptado por su veracidad, a su vez diario El Universo, es un periódico ejemplar debido a su estructura y buena sintaxis en los párrafos que al unirse, forman un buen léxico, con una plataforma simple y con un estilo clásico de letras haciéndolo comprensible para los lectores y estudiantes.

Se debe analizar y estudiar los diferentes aspectos de medios de comunicación impresos para conocer la evolución y avances que ha tenido en el portal web.

La problemática es que los diarios tuvieron trascendencia del papel a la era digital en donde se desconoce que dificultades y avances han obtenido para poder ser reconocidos como son actualmente. Esto conlleva a temas como la continuidad en los diarios, enlaces, interactividad, la hipervinculación, el nuevo sistema multimedia, la trascendencia que tuvieron que pasar los periodistas, etc.

Se debe estudiar como incidió la era digital, las redes sociales y los avances tecnológicos en los medios de comunicación impresos debido a que estamos en una era tecnológica en la que los periodistas ya no están apuntando solamente a ámbitos como la televisión, radio y periódicos, sino que apuntan a el internet donde se encuentran estas plataformas virtuales que ayuda a los diarios, a las personas y a la información, para que se pueda transmitir mejor de lo que se presenta en el diario vivir.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo la era digital incidió en los diarios El Universo y Expreso, en su estructura de redacción periodística?

### **1.4 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son los antecedentes teóricos, metodológicos y fundamentos legales que dan sustento a la investigación?
- ¿Cuál ha sido el impacto que han tenido las Tecnologías de la Información y Comunicación en los medios de comunicación impreso El Universo y Expreso?
- ¿Cuáles son los resultados de la investigación?

### **1.5 Objetivos del estudio**

#### **1.5.1 Objetivo General**

Analizar cómo ha incidido la era digital en la estructura de redacción periodística de los diarios El Universo y Expreso.

#### **1.5.2 Objetivos específicos**

1. Determinar los antecedentes teóricos, metodológicos y fundamentos legales.
2. Diagnosticar el estado del impacto de la era digital en los medios de comunicación impreso El Universo y Expreso.
3. Evaluar los resultados obtenidos.

### **1.6 Justificación de la Investigación**

Es necesarios identificar de qué forma los medios de comunicación digitales inciden en los estudiantes de periodismo y/o comunicación social, con la incorporación de nuevos elementos que otorga la era digital, como aporte para generar y recibir información de manera más sencilla, así

como dar seguimiento de las noticias o hechos que acontecen en la actualidad en varios de los portales que son utilizados por las audiencias de Guayaquil.

La recopilación de datos y los resultados finales podrán servir como base informativa y fuentes de análisis para profesionales y estudiantes, enfocados en la investigación de portales web; los elementos a considerar para seleccionar una noticia y un periódico digital, que evolución han tenido los diarios que ha hecho crecer sus lectores y la diferencia audiovisual que utilizan en sus portales digitales.

Es necesario saber cómo esta direccionando esta evolución de los diarios digitales a los jóvenes estudiantes y futuros profesionales, debido que ellos son el futuro de la patria, de ellos depende de que sean unos profesionales competentes con las adversidades y las nuevas tendencias que se observan en la actualidad, como es el periodismo digital.

## **1.7 Alcance del objeto de la investigación**

### **1.7.1 Alcance**

Esta investigación se enfocará en el contenido digital de los medios de comunicación impresos y su plataforma web: Diario Expreso y El Universo, así como también a los profesionales del área del periodismo en la ciudad de Guayaquil.

### **1.7.2 Delimitación temporal**

El estudio tendrá una duración de 6 meses, en el periodo comprendido de abril a septiembre del 2018.

### **1.7.3 Delimitación Geográfica**

El estudio se llevará a cabo en la Ciudad de Guayaquil, específicamente con representantes del periodismo digital del Diario Expreso y El Universo, asimismo periodistas y expertos digitales.

## **1.8 Idea a defender**

El impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, así como las nuevas plataformas digitales ha incidido en los medios periodísticos del país de forma positiva.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1 Estado de Arte

La presente investigación fue desarrollada basándose en trabajos investigativos relacionados al tema de estudio.

Estupiñan (2017) en su trabajo titulado “Análisis del impacto del cambio de Formato tradicional de medios de comunicación a digital”, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, menciona lo siguiente:

Durante la transición de los años 80 hasta los 90, se producen cambios radicales en el desarrollo social; emergen nuevas tecnologías que marcan el nacimiento de la era digital con nuevos cambios; transformando los hábitos tradicionales de comunicar en múltiples formas de comunicación integradas entre sí sustituyendo así a los canales convencionales que operaban de manera tradicional; creándose como consecuencia una tendencia de sociedad cero papel, ciber comunidades y usuarios activamente participativos. (Estupiñan, 2017, p.4)

Tal como menciona la autora, los medios de comunicación han debido adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas que se presentan en el mercado, esta nueva tendencia obliga a hacer uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), puesto que, los consumidores de información están asiduos a estos y requieren que los medios ofrezcan sus servicios por medio de las plataformas digitales existentes, de no ser así los medios se niegan a la innovación, y por ende, a que los consumidores opten por otros medios que si son capaces de adaptarse al entorno mediático digital.

Para Roggiero y Vera (2014) en su proyecto de grado “El periodismo 2.0 y su influencia en la migración de medios tradicionales en la web para la provincia de Santa Elena, 2014”, de la



Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, plantea lo siguiente:

El periodismo 2.0 incorpora cierta interactividad, sumando características como hipertextualidad o contenidos multimedia, así como la posibilidad de dejar comentarios. Además, cumple con normas y requisitos que garantizan la calidad de la información. Mientras que, el periodismo tradicional sólo se limitaba a difundir información, sin que exista una interacción entre el usuario y el medio de comunicación. (Roggiero y Vera, 2014, p.1)

Con base en lo que manifiestan los autores, los medios de comunicación tradicional son limitantes, debido a que su función solo era la de difundir la información, sin embargo, las nuevas tendencias tecnológicas brindan la oportunidad tanto para el usuario, como para el medio de interactuar entre sí, y poder así, mantener una interactividad comunicativa. El periodismo digital permite utilizar otras herramientas para crear contenido, es por esto que, los usuarios se encuentran cada vez más informados y requieren de información veraz, la complejidad para los medios de comunicación radica en la usabilidad que le den a las diversas plataformas tecnológicas, también como saquen el mayor provecho de ellas por medio de la retroalimentación de información entre ellos y los usuarios.

Citando a González (2016, p.748), en su artículo científico bajo el título de “Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital”, Universidad Técnica Particular de Loja, expresa que “Los medios digitales que quieren conectar con los nativos digitales tienen que aprender a conversar con ellos, tienen que incluir los temas que realmente preocupan en sus agendas informativas y tienen que abrirse al contenido generado por sus propios usuarios”.

Siguiendo con la idea planteada por la autora, los periodistas deben de estar preparados para los nuevos retos que representan los medios digitales, hay que tener en cuenta que así como brindan un gran beneficio, también pueden generar grandes amenazas, los consumidores han tomado poder dentro del mercado comunicativo, siendo muchos de ellos productores de información.

## **2.2 Marco Contextual**

Para el desarrollo del tema, es necesario tener presente la historia que denota el inicio y la evolución que ha tenido el ser humano con la comunicación.

490 años antes de Cristo, en el correo ateniense, Maratón y Atenas se recorrieron 40 kilómetros corriendo a toda velocidad para llevar la noticia de la victoria sobre los persas, un mensaje que podría haberse transmitido en este siglo mediante un teléfono móvil. Maratón murió agotado después de transmitir la noticia, éste puede ser el motivo del nombre de las pruebas de atletismo, como también una metáfora de las viejas y nuevas formas de comunicar información. Tanto tiempo escribiendo acontecimientos importantes sin tener nociones sin saber quiénes escriben de la historia esto es lo que abarca la historia del periodismo. (García, 2007, pág.33)

En la actualidad, los medios de comunicación han evolucionado a un punto en que no se necesita hacer grandes esfuerzos físicos en la sociedad de hoy, debido a que internet, a través de las redes sociales, facilita la comunicación. Por ejemplo, se puede platicar con personas de todo el mundo solo con tener su número de teléfono o haberla conocido en la red. Genera, por lo tanto, una mayor dinámica entre estudiantes y profesionales.

En la historia de la comunicación hubo cuatro momentos claves para transmitir la noticia a la sociedad y son la creación de la imprenta, imagen, radio y televisión. Así se presentaron nuevas exigencias basadas en la inmediatez, veracidad, brevedad, entre otras, que ayudaron a trascender los horizontes de la comunicación y que dieron paso a la ayuda de la tecnología hasta el internet.

La imprenta y la oportunidad de hacer asequibles los conocimientos a mayor número de personas permitieron que el papel, cuyo uso era conocido de antes, fuese mejor aprovechado y sirviese para la preparación de libros o para la elaboración de los periódicos en sus nuevas expresiones. (Caloca, 2010, pág.36)

La historia registra que en el continente europeo Johannes Gutenberg, un orfebre alemán, creó la imprenta, mientras que en el continente asiático se menciona a Bi Sheng, un plebeyo chino, que creó unas placas de acuerdo con su pronunciación para ponerlos en una máquina giratoria la cual creaba la imprenta de la lengua oriental en papel de arroz. Ambos cumplieron el mismo objetivo que era difundir información a través de sus máquinas, se hicieron libros y periódicos que ayudaron a comunicar, entretener y educar a la sociedad.

El siguiente paso para la comunicación fue la fotografía que ayudó a mostrar una nueva forma de comunicación debido a que las imágenes o fotografías presentaban emociones e ilustraban a lectores, se consideran un arte que poco a poco se trasladó a los periódicos, con el fin de informar y dar veracidad a las palabras de los periódicos.

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico o universo perceptivo, susceptible de "subsistir a través de la duración", y que constituye uno de los componentes principales de los medios masivos. (Moles, 1999, pág.32)

Una imagen vale más que mil palabras, este refrán español da lugar a lo que el autor quiere expresar debido a que la fotografía se convirtió en un recurso indispensable que surgió cuando se presentaba una nueva forma de transmitir un comunicado. El periódico dejó de ser sólo un conjunto de palabras y evolucionó hasta tener fotos que le daban una nueva imagen al diario, con mayor credibilidad e interés por parte de los lectores; así captó más lectores y el recurso gráfico se convirtió en una técnica efectiva para el periodismo.

Después de transmitir las ideas en papel y presentar la imagen en los periódicos, surgió la radio, un nuevo medio de comunicación que serviría para traspasar sus pensamientos, noticias, música y más. Creado a base de la colaboración de varios científicos debido a que se construyó primero, la teoría de las ondas electromagnéticas por James Clerk Maxwell, un trabajo realizado en los años 1861 y 1865 pero el primero en aplicar la teoría de Maxwell fue Heinrich Rudolf en 1888, creando un propio transmisor y emisor de ondas electromagnéticas, debido a ello las ondas electromagnéticas llevaron el nombre de ondas hertzianas.

Pero no fue hasta 1894 que el italiano Guglielmo Marconi, ing. Electrónico creó un sistema completo de telegrafía inalámbrica, Marconi aprovecho la radio que la tenía un uso militar y de marinos y levantó una empresa en la que aplicó el uso de la radio en la propagación de servicios y equipos de comunicación por radio, fomentando así por primera vez un sistema de comunicación masiva de largo alcance. Este revolucionario invento cautivó por el uso de la voz y la difusión de noticias con mayor inmediatez que los periódicos. Para muchos periodistas la radio era un sustituto del periódico y se convirtió en una nueva plataforma de fácil acceso.

La radio empujó a la prensa en esa lucha contra el tiempo para acortar los instantes entre el conocimiento de los hechos y la capacidad de los medios de transmitirlos a un mayor número de personas. No se podía ni compararse las posibilidades de comunicación masiva de la radio, con la incidencia de la circulación material de las ediciones de los periódicos que previamente pasaban por las máquinas de los redactores, la composición de los linotipistas, las imprentas, las rotativas para finalmente aparecer colgados en los kioscos con las noticias, que no dejaban de ser las noticias de ayer. (Rubio, 2007, pág.33)

No hay que olvidar que lo que le faltaba al periódico se obtuvo con la radio que fue la inmediatez, el espacio que presenta a la imaginación, portabilidad, colaboración e interacción con

los oyentes y su alcance. Años más tarde se pudo implementar un elemento funcional y necesario a la comunicación que era la televisión, un invento en el que consistía en recibir imágenes y sonido, perfecto para los medios de comunicación y necesario para informar a las masas.

La televisión de los años cincuenta del pasado siglo ofreció un avance tecnológico en la comunicación que sólo se había podido imaginar en las novelas de ciencia ficción de Julio Verne: la imagen y la palabra podían transmitirse al mismo tiempo a través de unas pantallas receptoras que, accesibles a los ciudadanos e instaladas en los salones de las casas, ponían al alcance de la sociedad la información y los actores de ésta en movimiento. (Rubio, 2007, pág.33)

Recibir información por medio del nuevo receptor de imágenes y sonidos, a través del televisor, fue un avance tecnológico también para los periodistas, quienes comenzaron a transmitir imagen, sonido y en tiempo real. Por otra parte, fue una plataforma con la que surgieron más artistas y se crearon los cineastas, quienes realizaron obras cinematográficas y novelas, para atender el servicio de información y entretenimiento.

Así pues, el periódico, la radio y la televisión se convirtieron en piezas fundamentales para el oficio del periodismo y dejaron como puente el surgimiento de un nuevo medio con mayor poder, que es el internet y las nuevas formas, conceptos, definiciones, características y teorías que se implementan en este nuevo mundo del periodismo digital.

Negroponte (citado por Punín, 2014) afirmaba que computación no es sobre computadoras, es sobre la vida. Estamos discutiendo un cambio cultural fundamental: el ser digital no es el ser meramente una lumbrera o una persona que navega por internet o un niño matemáticamente listo. Es realmente una manera de vivir y va a afectar absolutamente todo. La manera como usted trabaja,

la manera como usted estudia, la manera como usted se divierte, la manera como usted se comunica con sus amigos, con sus niños, etc.

En el instante en que existieron los ordenadores para llegar a ser computadoras e incluyendo el internet, el mundo se vio ante un cambio trascendental para los seres humanos educándolos desde los colegios y convirtiéndolo el internet como una herramienta de trabajo y medio para que exista mayor comunicación a nivel mundial.

A partir de las nuevas posibilidades de envío, almacenamiento y análisis de información, las dinámicas de los medios de producción, las formas de trabajo y nuestra concepción del mundo, se han redimensionado abriendo paso a la innovación y la creatividad, al tiempo que propician el surgimiento de mercados mucho más competitivos. Particularmente, las tecnologías digitales han impactado en los medios de comunicación, dotándolos no sólo de nuevos vehículos de información y educación, sino trastocando a la industria y a sus protagonistas, los periodistas, en sus quehaceres más esenciales. (Carrillo Pérez, 2015, pág.3)

Después de presentar una gran herramienta de trabajo, ésta brinda nuevos parámetros que deben adoptar los periodistas para emitir información la cual pueda llegar al mayor número de internautas, con el fin de crear nuevas bases que ayuden al periodismo a trascender en la sociedad con el mismo objetivo de mostrar la realidad de los hechos.

Según Dennis (citado por Carrillo, 2015, pág.4) afirma que la arquitectura sistemática de la Internet ha revolucionado el mundo de las comunicaciones y los métodos de comercio al permitir la interconexión de un número indefinido de computadoras en todo el mundo y al que, en algunas ocasiones, se hace referencia como la red de redes.

La comunicación en internet es una herramienta clave para el comercio, a través de esta plataforma los medios de comunicación tienen una facilidad inmensa de transportar información,

hacer convenios y transmitir en directos con cadenas aliadas, esto facilita no solo la transmisión del mensaje sino la comunión que tienen con los demás medios. La mayoría de los medios tradicionales prensa, radio y televisión, se han instalado en la plataforma y han ido integrado aportaciones específicas de su género hacia el mundo, en el que ha creado una oportunidad para los nuevos periodistas acogiendo algunos aspectos de los medios tradicionales, en especial los contenidos informativos. Se ha creado una simbiosis que está dando origen a los cibermedios, en los cuales se generan otras formas de comunicación cada vez más interactivas, lejanas de la comunicación unidireccional.

Se entiende por cibermedios [a] el proceso que va de un productor [a un] emisor de contenidos y servicios informativos mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de la plataforma Internet y con la potencialidad incorporada por ésta como el uso integrado de varios sistemas expresivos: escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia, hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiarse los papeles con el emisor. (Herrerros, 2009, pág.16)

El autor describe plenamente los beneficios que los periodistas pueden utilizar al momento de subir información, porque el internet da la oportunidad de dejar registrada información y darle veracidad con las fotografías y videos que se hayan realizado, sin mencionar que se puede ver la continuidad de las noticias que presentan a diario a parte que les permite interactuar con los periodistas y presentar una retroalimentación.

Con los grandes beneficios que presenta esta nueva plataforma los medios tradicionales de comunicación tuvieron una convergencia, en el que tenían que presentar nuevos contenidos para

esta nueva plataforma y hacer diferentes cambios debido a que la sociedad estaba progresando a la era digital.

Lo que en un principio constituía una corriente o una tendencia –calificada por algunos de moda pasajera– se afianzó con inusitado vigor en el ámbito académico. Así como a finales del siglo pasado los ensayos y monografías profesados al estudio del ciberperiodismo constituían intentos aislados y discontinuos, con la llegada del nuevo siglo se produjo una auténtica explosión bibliográfica. (López García, Limia Fernández, & Pereira Fariña, 2010, pág.12)

El internet se estableció en la sociedad como un medio de comunicación de interacción e información, el cual se enseñaba desde jóvenes su correcto uso, creó así una nueva era juvenil y digital. Por otra parte, con la gran cantidad de contenido que presentaba y su posibilidad de almacenar todo tipo de información, los periodistas obtuvieron un nuevo punto de vista para hacer investigaciones que se presentaban en la web.

Los cibermedios están produciendo unos cambios estructurales en el sistema mediático general. Se observa un crecimiento en su consumo mientras decae el de los medios tradicionales. Todavía no han adquirido el relieve, atractivo e implantación de éstos, pero se aprecia que van absorbiendo sus contenidos y, sobre todo, que amplían el abanico a otros de todo tipo hasta llegar a una hiperespecialización tanto en la información y formación como en el entretenimiento y formas de persuasión. (Cebrián, 2009, pág.2)

En la actualidad, internet es la fuente más grande de información debido a que en ella se puede buscar cómo publicar conocimientos de cualquier índole sin discriminación, convirtiéndose en un gran competidor de los medios tradicionales, pero también como una nueva oportunidad de poder llevar la noticia a la sociedad con el fin de poder generar reacciones y se tomen decisiones.



El periodista digital debe tomar conciencia de que internet es más que un nuevo modo de distribución de información. Se trata de un medio completamente nuevo, con unas peculiaridades específicas que repercuten en la forma que se configura la información distribuida a través de ella. El medio electrónico con el alud de información que ofrece el internet como fuente primaria, y a su vez con las propias agencias de información disponibles directamente en red. (Luzón Fernández, 2000, p.4)

Mientras existan más medios para comunicarse, habrá más competencia en sus diferentes áreas, pero la brecha del internet es un medio el cual suma a cada medio para poder expandir fronteras, que da paso a nuevos conocimientos que se deben emplear para poder resaltar cada semblante de los medios tradicionales.

Se trata de una revolución tecnológica basada en los procesos de digitalización, donde las estructuras organizativas en red configuran a finales del siglo XX el escenario comunicativo del desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento. La convergencia de los sistemas de comunicación, el avance de sus posibilidades interactivas y su alcance planetario conforman una de las características esenciales de la nueva sociedad en red. (Jaber, 2012, pág.111)

Cada medio de comunicación tradicional tuvo que acoger esta nueva oportunidad para estar a la vanguardia y ser competitivos con las nuevas tendencias que se estaban presentando, con pequeños cambios significativos para cada área con el fin de que no se extinga la radio, la televisión y la prensa.

La convergencia digital provoca un cambio en los procesos de producción de información. Gestionar e integrar al público en el proceso de la elaboración de contenido es una práctica de

obligado cumplimiento. Las nuevas rutinas periodísticas son multimedia, multiplataforma, sociales y colaborativas. (Franco, 2014, pág.21)

Estas piezas son claves que obligan a cualquier medio tradicional el cual quiera desempeñarse en internet, desde lo que es conociendo el público hasta el contenido y los nuevos hábitos multimedia que debe adoptar para poder sumarse a la gran red de la internet, sin embargo, de aprender nuevas funciones y características que posee para que los usuarios de la red puedan tomar interés en su convergencia.

La concepción de los cibermedios se los trata como un proceso diferente a los medios de comunicación tradicionales, estos no se diferencian como opuestos, sino que se establecen con diversas vinculaciones entre los unos a los otros. En la tabla 1 se puede observar las 3 modalidades de los cibermedios según Herreros (2009, pág. 16).

**Tabla 1**  
*Modalidades de los cibermedios*

<b>Cibermedios matriciales</b>	<b>Cibermedios nativos</b>	<b>Cibermedios sociales</b>
Son los presentes en Internet, cuyo origen se inicia previamente en papel como la prensa o mediante difusión electrónica como la radio y la televisión. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a Internet.	Son los nacidos dentro de Internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales, y pasan por un proceso de mestizaje hasta que poco a poco van adquiriendo sus características específicas.	Es un paso adelante en las comunicaciones en Red; representan la comunicación directa entre miembros de la sociedad civil, grupos de personas afines que establecen un diálogo o intercambio entre ellos, independientemente de las empresas que controlan los medios tradicionales y los cibermedios.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

Como se observa, podemos especificar que los cibermedios se dividen haciendo énfasis en su origen, desarrollo y la interactividad que tenga con la sociedad, así se puede apreciar que los cibermedios tienen diferentes estructuras según su origen, ya sea del periódico, radio o televisión; cada uno creó un formato dentro del medio tradicional o convencional, pero manejándose en otro soporte.

Para este trabajo se elaboró una clasificación de los MCSC (Medios de comunicación Social cibernéticos), que comprende desde una puesta incipiente hasta la construcción de un medio diferenciado de su fuente original, con características autónomas y con alta posibilidad de presentar nuevas propuestas. (Cely Álvarez, 2004)

**Tabla 2**

*Clasificación de los medios de comunicación social cibernéticos*

<b>Periódicos en línea</b>	<b>Periódicos multimediáticos</b>	<b>Nuevo medio cibernético</b>
Presentan las mismas informaciones y elementos que la versión original; y se amplían los receptores, ya que tienen la posibilidad de llegar a una audiencia más amplia que comprende diversas edades, países e intereses. No poseen recursos interactivos ni multimediáticos, sólo una estructura hipertextual y correo electrónico.	Se caracterizan por añadir informaciones diferentes a las encontradas en la edición original. Se distinguen de los periódicos en línea, en cuanto a la utilización de recursos de documentación y renovación constante. Presenta pocos elementos hipermediáticos, mantienen el nivel de interactividad de consulta y registro. No ofrecen posibilidades de personalización.	Son aquellos que provienen de los medios tradicionales o que emergen dentro de estas tecnologías, pero se ubican en el ciberespacio apoyados por recursos telemáticos e informáticos, donde converge lo impreso con lo audiovisual, emplean recursos hipermedia, y se hallan en un nivel de interactividad de consulta y conversación interactiva. También ofrecen recursos de documentación.

**Fuente:** Cely Álvarez (2004).

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

Las actividades con los medios pueden servir fomentar la creatividad, fomentar la escritura, mejorar la sociabilidad, ejercitar memoria y la mente. Mejorar la comunicación interpersonal y complementar los conocimientos no realizados falta de tiempo, mientras se ha estado entregado a la profesión. (Pavón, 2006, pág.5)

Internet generó una nueva plataforma de comunicación y educación con un toque de facilidad, por lo que era indiscutible que los medios de comunicación tradicionales tenían que aprovecharla, para que las entidades periodísticas no solo se adapten a ella, sino que surgieran medios digitales nativos.

El cambio al que se hace alusión se caracteriza entre múltiples factores, por la aparición de nuevos lenguajes comunicativos que vienen a modificar el entorno de lenguajes separados, como hasta el momento venía dibujándose el imperio de los medios masivos. Esto es, el texto como lenguaje base de los medios impresos; el audio, imperio de la radio; y la imagen sonora y en movimiento propia de la televisión y el cine se integran en uno solo. Pero no es una simple sumatoria lingüística, pues distintos desarrollos informáticos y de las tecnologías de la información y la comunicación hacen su propio aporte al permitir la vinculación de contenidos y una participación muy distinta de los consumidores de esta (hipermedia y estas interactividad). (Llano Aristizábal, 2005, pág.4)

El objetivo de los medios de comunicación es un simple, presentar de información veraz, completa, oportuna e imparcial y según avance la tecnología permite que los profesionales de la comunicación puedan mostrar su trabajo, el cual llena de valores a la sociedad, para crear un mundo más democrático demostrando la realidad que vive el mundo.

A través de las nuevas modalidades que ofrece el internet un texto puede generar la comprensión de un tema, que a su vez conlleva a nuevas secciones, que los periódicos físicos, radios o televisión no pueden ampliar por cuestiones de tiempo, dependiendo solo del internauta.

La especificidad que puede ofrecer en sus secciones: cada sección puede funcionar como un nuevo medio supeditado al cibermedio que lo enmarca. De hecho, se puede consultar en algunos casos las publicaciones anexas al medio desde el cibermedio mismo. Así, hay información especializada sobre salud, sobre bienestar social, sobre tecnología, sobre información deportiva, sobre servicios, sobre tendencias sociales, sobre educación en infancia, incluso sobre otros medios (contenidos meta mediáticos). (Jailler, 2009, pág.21)

Esto crea un mayor entendimiento de cualquier tema a tratar, los cuales pueden aportar con diferentes enlaces, los cuales se detallan en multimedia para mejorar la comprensión, estos pueden estar presentes en una misma página o en otras, así como sigan el tema con el fin de que tengan una visión diferente los hechos. Con las nuevas características que brinda la red se establece una cualidad única que no presentan los otros medios, pero que al mismo tiempo es establecida con ellos.

La interactividad es algo que venían buscando los medios masivos tradicionales que entendían la necesidad de trascender desde la mera información hacia la real comunicación. Los periódicos o las versiones digitales de los diarios les permitieron a los impresos competir con otros medios que los aventajaban, por ejemplo, en actualidad. Además, las páginas de los diarios en la Red son actualizadas de manera permanente y, ante lo frías que son las entrevistas en el papel, pueden incluir el audio y hasta el video de ellas, lo que les posibilita competir con la televisión o la radio en condiciones similares. (Sánchez, 2007, pág.70)

Se puede establecer que el medio mejor privilegiado fue la prensa, debido a que les permitió tener inmediatez e integrar no solo fotos y palabras, sino video y sonido, para que el trabajo periodístico sea mejor reconocido y fidelizar nuevos lectores, que son por quienes trabaja el periodista. La interactividad da paso a que los periodistas estén más pendientes y solidarios con la sociedad, ya que una de las formas en que se ve la interacción es por medio de las redes sociales, las cuales abarcan imágenes y textos acerca de problemas que se suscitan en el diario vivir.

Jenkins (citado por Herrero, 2011, pág.1114), menciona que “las promesas del nuevo entorno mediático suscitan expectativas de un flujo más libre de ideas y contenidos. Inspirados por esos ideales, los consumidores luchan por el derecho a participar más plenamente en su cultura”.

La información que emiten las diferentes personas en las redes sociales ayuda a que el periodista pueda interpretar su información y tener claro gustos, tendencias e intereses acerca de las noticias y hacer conexión con lo que comparten y expresan. Se logra así conocer diferentes temas, acontecimientos y personas.

Según Hermida (citado por Suárez, 2016, p.73), el contenido generado por el usuario como un proceso que posibilita que cualquier persona pueda realizar sus aportaciones a publicaciones que se editan de manera profesional. Por otra parte Harrison (citado por Suárez, 2016, p.73), hace un estudio referido a la BBC, distingue cuatro clases de contenido de este tipo: noticia no solicitada, contenido solicitado con propósitos informativos, contenido para futuros temas y reportajes, y la función vigilante de la audiencia.

Esto quiere decir que la información que obtienen los medios de comunicación de sus cibernautas es investigada y procesada, para saber la veracidad que tenga este tema e incluyendo pruebas de su validez, además es clasificada según su función, su necesidad y las que son de imprevistos.

Por otra parte, Internet podría ser el medio ideal para crear agencias de prensa formadas por profesionales del periodismo y la divulgación, las cuales podrían ofrecer una variada oferta de artículos de divulgación a los medios de comunicación que no puedan o quieran permitirse el "lujo" de tener en sus plantillas un periodista científico, y que tampoco pueden encontrar dicho servicio ni en calidad ni en cantidad suficientes en las agencias de prensa generalistas. (Fernández, 2005, págs.5-6)

Los medios de comunicación están actualmente muy presentes en las redes sociales, no solo por el hecho de publicar más información, es también por el hecho de que en las redes sociales pueden presentar temas de interés, los cuales deben de ser tratados con dedicación, debido a que el medio periodístico se expone a caer en la falsedad, según se amerite los periodistas deberán investigar cada tema presentado por las redes sociales.

Gracias a la comunicación que proporciona el internet, se crea un ciclo entre los periodistas y las personas en las redes sociales, puesto que, ambos son emisores, receptores y de ello nace la retroalimentación, creando una comunicación indirecta, pero necesaria para el bien común de convivir con la realidad.

En el diario británico The Guardian que en los últimos meses ha apostado por diversificar sus temáticas en las redes sociales. De esta manera, ha creado en Twitter 50 perfiles y en Facebook cuenta con 30. Al igual que ocurre en los diarios digitales españoles, el responsable de Desarrollo de Medios Sociales de Guardian News Media, Meg Pickard<sup>5</sup>, ha señalado que en el diario británico no existe un equipo de periodistas dedicados exclusivamente a las redes sociales, sino que la gestión de estos canales de información forma parte de la rutina de estos profesionales. (Herrero Curiel, 2011, pág.1122)

Los medios de comunicación y la interactividad que ofrecen las redes sociales abren nuevas posibilidades y oportunidades, con el afán de que las personas no solo sean observadores, lectores y oyentes, sino que puedan ofrecer su punto de vista generando criterios nuevos o diferentes, para informar mejor a la sociedad.

Por otro lado Cely (citado por Mogollón, 2006), menciona que la característica hipermediática logra que en los cibermedios se coloque al alcance del usuario la información contextualizada, conocida como documentación, que permite profundizar en temas de interés, así como consultar base de datos del mismo medio u otros vinculados, que a través de un ordenador pueden ser aplicados en línea. Hecho que les confiere a los medios innumerables posibilidades de utilización, sobre todo en lo referido a servicios de valor añadido, entre los que figuran: información local, cálculos de inversiones de bolsa, gráficos de resultados deportivos en tiempo real, búsqueda de datos personalizada y entretenimiento.

La hipermedia da la oportunidad de que destaquen los temas de interés, porque presenta formas audiovisuales que ayudan a que el tema sea más comprensible e interactivo, para que el receptor entienda la información.

En la investigación realizada en el ámbito hipermedia se estudiaron tres grandes grupos de temas: enlaces internos, enlaces externos y multimedia. Los enlaces o vínculos son la manera operativa como se hace realidad una idea muy recurrente en la teoría de la hipermedia: la no linealidad del acceso a la información. Para ese caso en particular, la existencia de enlaces internos y externos es la evidencia del conocimiento que poseen los periodistas y las organizaciones de medios para construir nuevas narrativas en las que el usuario pueda seguir su propia línea de discurso. (Llano Aristizábal, 2005, pág.6)



Cada variante representa una acción con la que el periodismo digital está inmerso, hasta que sus audiencias logren visualizar, escuchar o leer sus diferentes características. Las posibilidades del internet secretan una increíble posibilidad de almacenamiento de información y, a su vez, rescata la comunicación entre los que transmiten la noticia y la sociedad.

El modo lineal de la hipertextualidad es el que ordena la estructura del discurso en los medios tradicionales, los soportes digitales permiten una narrativa caracterizada por la distribución de la información en unidades conectadas mediante enlaces. La fragmentación de una unidad informativa digitalizada (texto, audio, video, gráficos...) y la posibilidad de enlazarla con cualquier otra unidad informativa disponible en la red desvanece el paradigma lineal. (Ramos, 2017, pág.36)

Por otra parte, los periodistas lograron más contacto con la comunidad y la noticia para que así la comunicación no sea nunca más lineal, sino bilateral, en el que las personas puedan conversar y presentar declaraciones acerca de acontecimientos que sucedan en los diferentes sectores. Hay que considerar que en la misma página de internet se puede subir contenido multimedia, la información presentada en texto puede estar enlazada con diferentes páginas e incluso en la misma, para poder hacer énfasis de la comprensión.

Esto lleva a tomar un punto de educación en la comunicación, debido a que es necesario sumarse a las nuevas tendencias como las redes sociales, los intereses que presenta las nuevas generaciones y los cambios que se han realizado desde que iniciaron los medios de comunicación a sumarse al mundo del internet.

Los centros educativos, inmersos en una sociedad con tantas redes de comunicación como la actual, tienen entre otras funciones la formación del alumnado en las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), no sólo desde el punto de vista técnico. Quizá el

aspecto que más está quedando en segundo lugar, dentro del campo de la enseñanza, es el de dar pautas para comprender e interpretar cómo se comunica, cómo se produce esa información, por qué esos contenidos y no otros, cuál es su fiabilidad, cómo se valoran e interpretan. La discriminación que pueden ocasionar las tecnologías no proviene sólo de la accesibilidad o de la disposición de equipos propios, sino de la inteligibilidad de los procesos comunicativos, facilitadores de un posterior espíritu crítico. (González Prieto, 2004, pág.153)

Estos son diferentes temas que se deben considerar, dado que, un periodista no solo educa, informa y entretiene a la población, también comienzan a generar interacción y contribuyen a que la sociedad aprenda del grupo de personas con las que se está entreteniéndose e informando, creando así nuevos programas, páginas de internet, nuevas empresas u organizaciones que generan más trabajo.

## **2.3 Marco Teórico**

### **2.3.1 Periodismo tradicional y el periodismo digital.**

Bond (citado por Vega, 2015, p.188), señala que el periodismo tiene como objetivo además investigar y analizar la información, el hacer llegar los acontecimientos que se presenten de una forma parcial contribuyendo a la educación y la cultura de las personas.

La aparición de las nuevas tecnologías sin duda ha generado que el periodismo evolucione, en épocas anteriores transmitir la información era demasiado complejo, los recursos y los medios no permitían que se pudieran cubrir ciertas noticias, sin embargo, en la actualidad hasta por medio de un celular inteligente se puede transmitir todo tipo de contenido y en cualquier lugar del mundo. Antes era complicado encontrar conexiones de red, pero la globalización y el aumento de las TIC han incrementado el uso de estos artefactos electrónicos, que los han vuelto indispensables en la vida de las personas.

El periodismo al ser una herramienta informativa que presta un servicio debe de mantenerse en la línea de las nuevas exigencias que el mercado depare, el público al tener más acceso a la información se vuelve más exigente, demanda de información veraz y concreta, no se permiten errores, los consumidores se han vuelto precursores de la información, y por ende, requieren medios que sean capaces de cubrir y dar las noticias de una forma adecuada, de lo contrario recibirán fuertes críticas y comentarios. Es tan sencillo hoy en día tomar un celular, una tablet o una computadora y revisar las noticias, con tan solo un clic poder revisar lo que acontece a nivel mundial, pero para ello los grandes medios de comunicación han sido capaces de adaptarse a esta nueva era tecnológica, donde la principal forma de acceder a información es través de un dispositivo electrónico. Los medios que han sido capaces de adaptarse son lo que prevalecen dentro de este mercado, existen aún medios que no son capaces de superar esta etapa y es posible que estén sufriendo pérdidas financieras. De la misma forma que las TIC generan un gran beneficio para quienes las saben aprovechar, también generan grandes retos y amenazas para quienes no han buscado información o han realizado estudios sobre cómo utilizar estas herramientas.

Existen aún personas que prefieren el medio tradicional, son personas asiduas a leer en un papel o ver la información por medio de una televisión, es por esta razón que los medios en el país aunque han sufrido una reducción del tiraje de sus periódicos lo mantienen para estos consumidores, es decir, los medios deben utilizar tanto la plataforma tradicional como la digital para hacer llegar el mensaje, esto va a permitir que llegue tanto a los consumidores tradicionales como a los digitales. Existen diferencias entre el periodismo tradicional y el periodismo digital, entre las que más destacan se encuentran las siguientes:

**Tabla 3***Diferencias entre periodismo tradicional y digital*

<b>Periodismo Tradicional</b>	<b>Periodismo digital</b>
Mayor volumen de contenido	Contenido interactivo, preciso y actual.
Mucho trabajo de campo para cubrir la noticia	Poco trabajo de campo, la mayor parte de la información se encuentra en la web.
La información se desactualiza luego de haber sido distribuida	Mayor divulgación por medio de redes sociales y páginas web.
Se busca atraer al lector por medio recurso literarios	Contenido mucho más informativo y directo, con títulos cortos y claros.
Los textos se acompañan con un pequeño número de imágenes basados en la diagramación	Mayor exposición de fotos, videos, imágenes por medio de la multimedialidad.

**Fuente:** Colombia Digital (2011).

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

Teniendo claro lo que es el periodismo y que busca, es necesario determinar como el periodismo tradicional ha tenido que adaptarse al nuevo entorno social, donde es fundamental hacer uso de las plataformas y herramientas digitales.

Con la aparición de las nuevas tecnologías fue necesario que los medios de comunicación existentes en el país deban converger su modo de operar, aunque si bien es cierto existieron medios que reaccionaron de forma negativa ante esto, sin darse cuenta que las TIC llegaron para quedarse, y que el deber de los medios era actualizar sus métodos para procesar la información.

Uno de los grandes riesgos que se presentan para los medios de comunicación en la actualidad es que los medios tradicionales que se empleaban lleguen a ser obsoletos con el tiempo, esto quiere decir que la fuente principal de ingresos para ellos pueda verse afectada, así como la aparición de medios nativos digitales (medios que nacieron en la era actual digital).

En el caso de los medios de comunicación impresa ya se ha visto la reducción en cuanto a la cantidad de lectores físicos, debido a que la fuente principal de sus ingresos son las publicidades que se pautan en las diversas páginas del periódico, estas han tenido que verse afectadas en el caso de algunos, pero otros han sabido aprovechar la oportunidad de un mercado más amplio y sin

restricción, como lo es el medio digital. Las plataformas digitales brindan una gran oportunidad en cuanto al número de receptores que se puede llegar, sin embargo, el costo de pautar en internet es mucho más bajo que pautar en medios tradicionales, este es uno de los factores que representa una gran amenaza para los medios de comunicación, sin considerar la gran competencia no solo directa sino también indirecta, dado que, dentro del medio digital existen otras fuentes de información que ofrecen la misma sin tener costo alguno.

Para Tíscar (citado por Oliva, 2014, p.16-19) existen requisitos que deben cumplir los medios para llegar a los usuarios de las diferentes plataformas digitales, estos son:

- **Conectividad.** - Relación de proximidad por medio de contextos en común, para que los usuarios interactúen y compartan información.
- **Servicio.** - Ofertar contenidos que se integren en los procesos informativos de los usuarios (widgets, liberaciones de código, aplicaciones para Facebook).
- **Participación.** - Fomentar a la participación e integración de los usuarios y entre los mismos, esta debe ser abierta y de calidad.
- **Orientar y dinamizar.** - Los medios deben apuntar a dinamizar y gestionar la participación de los usuarios, con el fin de obtener un buen criterio social por parte de estos.
- **Gestión del conocimiento.** - Dar valor e importancia a las aportaciones por parte de los usuarios a través de espacios de contacto.

Los periodistas deben de poseer ciertas habilidades para desarrollar contenidos, estas son:

- Redacción clara, coherente y que tenga capacidad de síntesis.
- Lenguaje multimedia para trabajar con archivos de texto, imagen y sonido.
- Inmersión en la cultura digital y saber emplear las herramientas digitales, a fin de tomar la decisión adecuada de que plataforma es la correcta para transmitir contenido.

- Capacidad de debate para seguir generando información.
- Publicar material propio.
- Conocer y entender la base de los diferentes medios, así como tener una preparación de cada uno de los soportes para producir contenido.
- Manejar bases de datos para el almacenamiento de la información y para la recuperación de contenidos.
- Emplear la interacción social y el intercambio de información.
- Conocer las estadísticas del tráfico de datos de los usuarios dentro de sus páginas.
- Actualizar la información constantemente.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Creatividad para presentar la información.
- Manejar correctamente el internet para la búsqueda de información.

### **2.3.2 TIC del Ecuador**

En el Ecuador las Tecnologías de la Información y de la Comunicación han aumentado exponencialmente, permitiendo que cada día sean más las personas que tengan acceso a información por medio de un dispositivo electrónico, sea este un ordenador, smartphone o Tablet.

De acuerdo al Ministerio de comunicaciones (citado por el Diario Ecuador Inmediato, 2017), el acceso a internet en el Ecuador ha aumentado, pasando de 25,74% en el 2008 a 55,63% en el 2016, este es un incremento significativo, es por esta razón es considerado el líder en penetración de internet dentro de la Región, de esta población el 56,8% son hombres y 54,4% son mujeres que usan internet, el sector urbano es el que hace mayor uso con el 63,85%, mientras que el sector rural tan solo el 38,05%. En la figura que se muestra a continuación se presenta como esta dada la

distribución porcentual por Provincia del uso del internet en el 2016. (Diario Ecuador Inmediato, 2017)

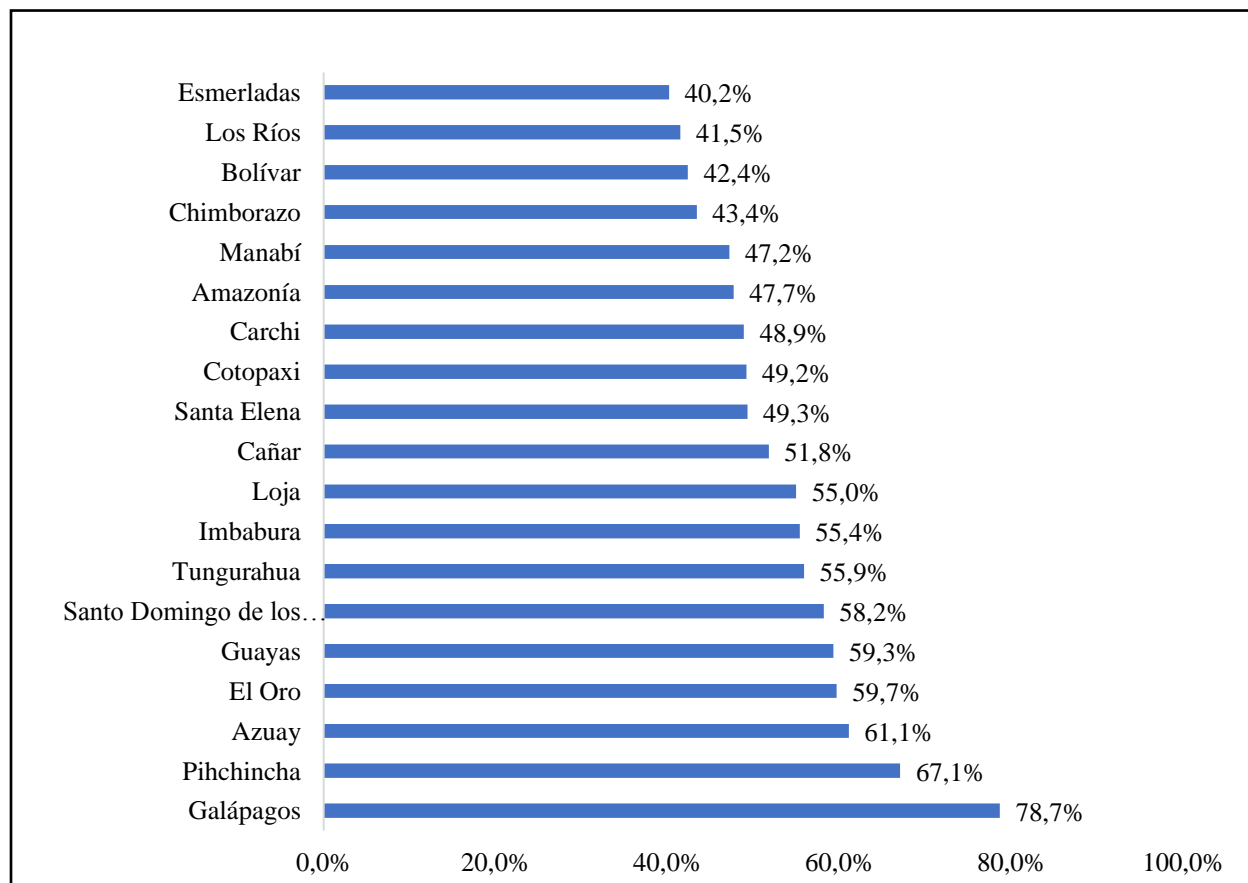


Figura 1: Uso del internet por Provincia  
Fuente: INEC (2016).

Como se puede observar Galápagos es la Provincia principal en el uso del internet, seguido por Pichincha y Azuay, mientras que Guayas ocupa el 5to lugar, Esmeraldas es la Provincia con menor acceso a Internet.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC) (citado por el Diario El Ciudadano, 2017), en el país 8.482.236 personas poseen al menos un teléfono, de estos 4.484.087 posee un teléfono inteligente, además menciona que las personas comprendidas entre 25 y 34 años son los que más utilizan estos, esto representa 1.285.329.

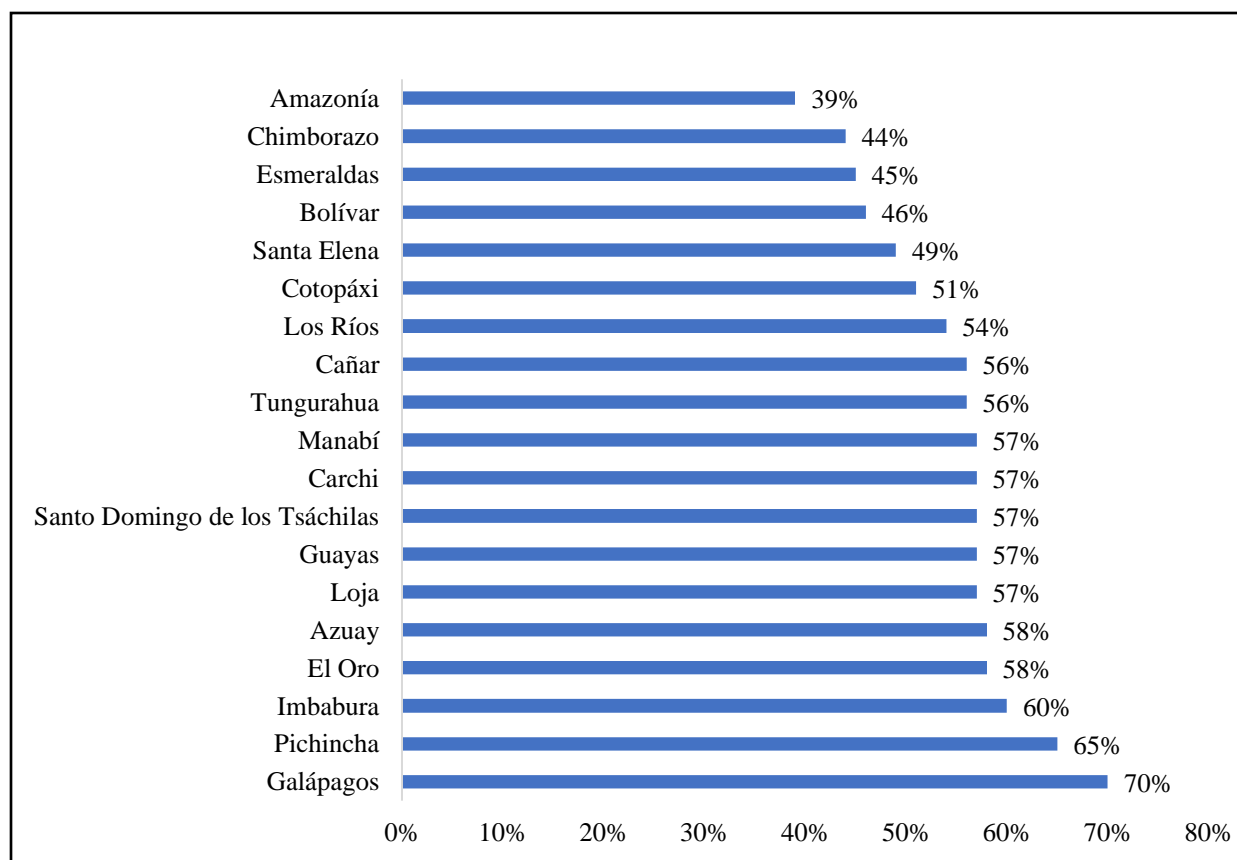


Figura 2: Porcentaje de celulares activados por Provincia  
Fuente: INEC (2016).

En la figura anterior, se puede observar cómo se encuentran distribuidos los porcentajes de celulares activados por Provincia en el país, donde destaca Galápagos, esto se debe a que por encontrarse fuera del continente las personas requieren de mayor de conexión a internet y uso de celulares. Pichincha por otro lado, también representa un porcentaje relevante, ya que su nivel socioeconómico es superior al de Guayas.

El crecimiento con el pasar de los años de los teléfonos inteligentes ha sido increíble, ya que, desde el 2012 hasta el 2016 creció en un 700%, pasando de 522.000 a 4,5 millones personas que poseen uno (Guapulo, 2018).

Según INEC (2016), el 52,4% de la población ecuatoriana mayores a 5 años hace uso de las computadoras para conectarse a internet. Los ordenadores de escritorio han reducido su tenencia



pasando de 27,7% en el 2012 a 26,7% en el 2017, mientras que la computadora portátil ha cobrado fuerza, creciendo un porcentaje de 13,9 en el 2012 a 27,6% en el 2016 (Guapulo, 2018).

En la siguiente figura se observa el porcentaje de uso de las computadoras por Provincia, destacando nuevamente Galápagos y Pichincha con un 68% y 65% respectivamente de uso de computadoras, mientras Los Ríos tan solo hace un uso del 35%.

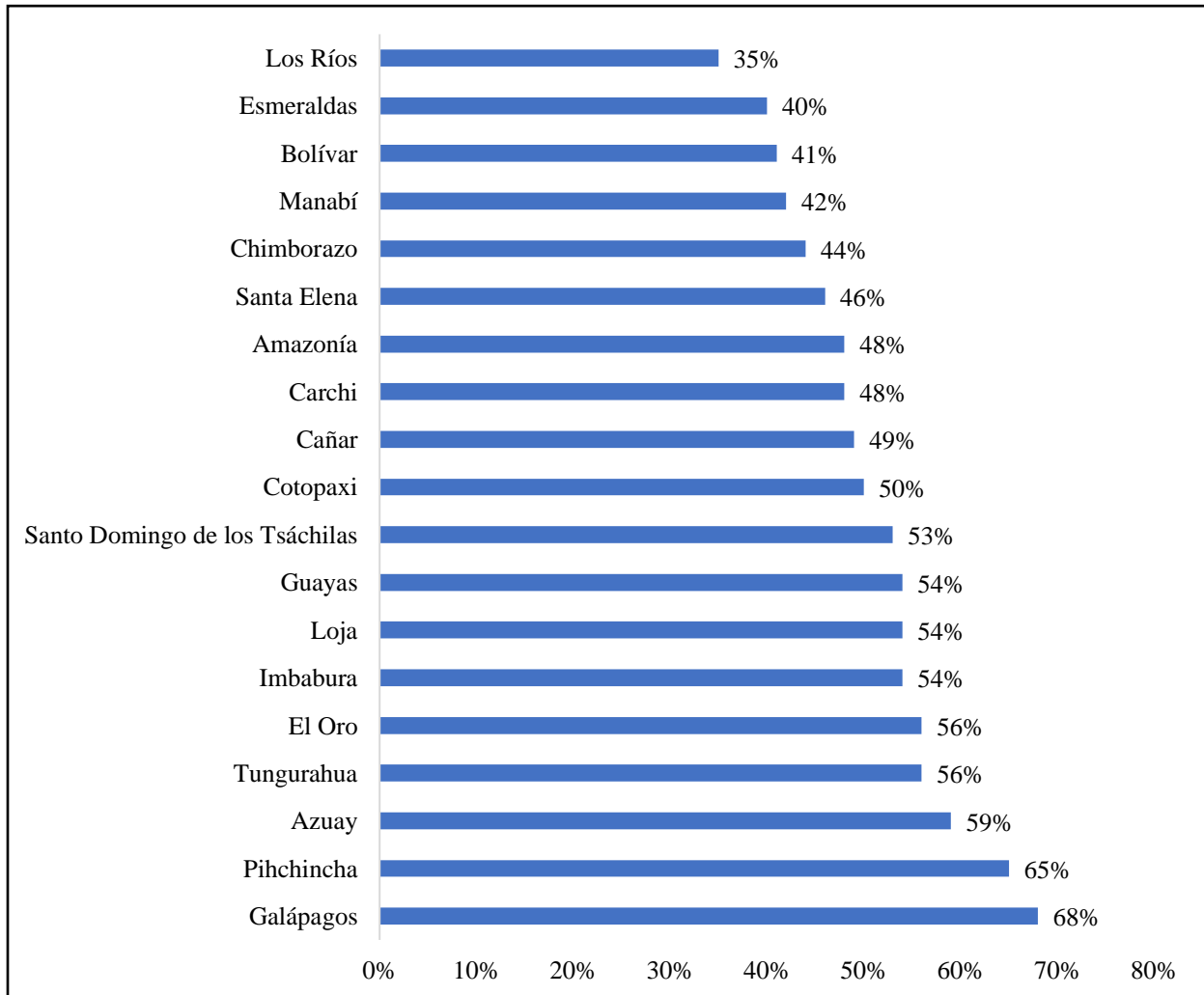


Figura 3: Uso del computador por Provincia  
Fuente: INEC (2016).

En la siguiente figura se puede observar la variación porcentual de los dispositivos desde el 2012 al 2016 con base en los datos mencionados en los párrafos anteriores.

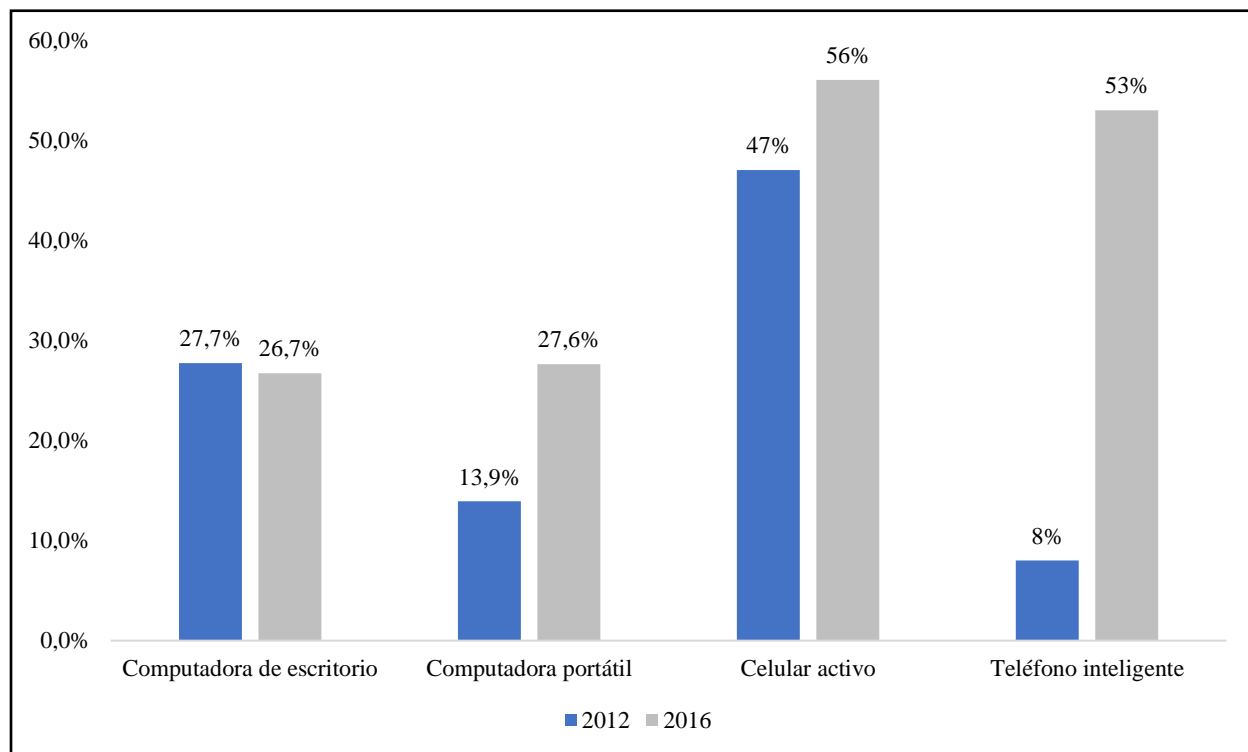


Figura 4: Crecimiento porcentual del 2012 al 2016

Fuente: INEC (2016).

Con base en un estudio realizado por la empresa We Are Social (2018), publicado en el presente año, en donde se presentan las cifras digitales del Ecuador más significativas, este estudio menciona que son aproximadamente 13,5 millones de usuarios de internet, las cuentas de Facebook activas son de 12 millones, las de Twitter son de 0.8 millones, las de LinkedIn son de 1,9 millones, de Instagram son de 3,8 millones y WhatsApp de 1,1 millones.

En este estudio también se presentan las páginas que presentan mayor número de visitas, en donde se encuentra que Google Ecuador ocupa el primer lugar, el Diario El Comercio ocupa el 5to puesto, siendo el primer medio de comunicación en esta lista, luego siguen Teleamazonas (7mo puesto), Ecuavisa (9no puesto) y El Noticiero (14vo puesto). A continuación, se presenta como esta dado este ranking de sitios web más visitados por los ecuatorianos (We Are Social, 2018).

**Tabla 4***Ranking de sitios web más visitados en Ecuador 2018*

N°	Sitios Web	N°	Sitios Web
1	Google Ecuador	11	The Start Megazine
2	YouTube	12	MSN
3	Google	13	Blogspot
4	Facebook	14	El Noticiero
5	El Comercio	15	Instagram
6	Live	16	Google España
7	Teleamazonas	17	Bles
8	Yahoo!	18	Mercado Libre
9	Ecuavisa	19	Xvideos
10	Wikipedia	20	IESS

**Fuente:** We Are Social (2018)**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

En un informe anual por parte de Kleiner Perkins (2018), se presenta el ranking de los medios web más visitados en el Ecuador, donde destaca el Diario El comercio, seguido por Diario El Universo y Ecuavisa Como se podrá observar en la siguiente figura hay ciertos Diarios reconocidos en el país que no aparecen en esta lista, puesto que tienen un menor número de visitas a diferencia de los principales.

**Tabla 5***Ranking de medio web más visitados en Ecuador 2017*

N°	Medios Web	N°	Medios Web
1	El Comercio	9	Fútbol Ecuador
2	El Universo	10	Teleamazonas
3	Ecuavisa	11	La República
4	El Noticiero	12	La hora
5	Revista Estadio	13	El Telégrafo
6	Ecuagol	14	El Futbolero
7	Estudio Fútbol	15	Metro Ecuador
8	Vistazo		

**Fuente:** Kleiner Perkins (2018)**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

Los dispositivos que emplean los usuarios al utilizar internet son en primer lugar las computadoras de escritorio y las portátiles con el 71%, en segundo lugar los celulares con el 27% y por ultimo las tablets con un porcentaje bajo del 2% (Insights, 2017). Por lo general la forma de acceder a las páginas y plataformas digitales es por medio de un ordenador, ya que estos suelen ser más grandes que un celular o tablet, pueden almacenar gran cantidad de contenido y también son esenciales en las labores empresariales.

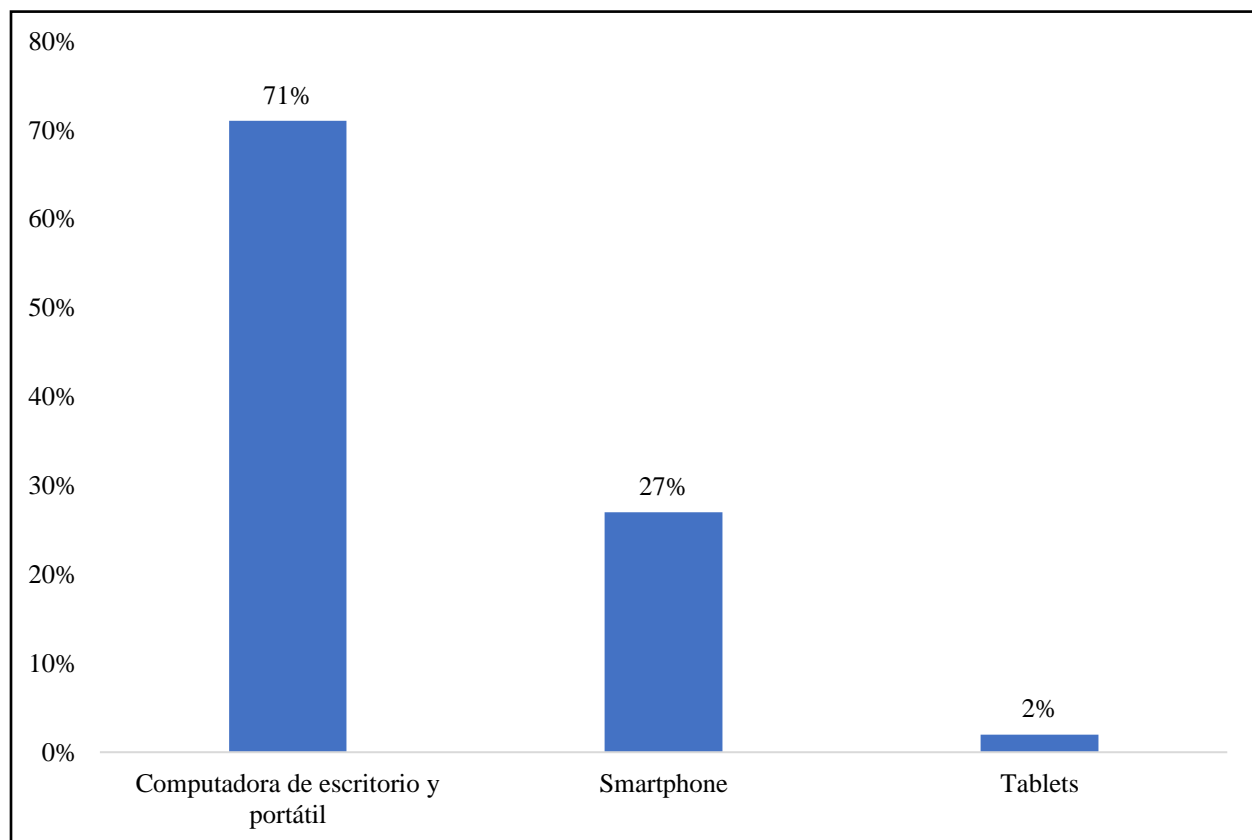


Figura 5: Tráfico web por dispositivos  
Fuente: Insights (2017).

Citando al Diario El Comercio (2017), los motivos principales por lo que los usuarios utilizan el internet es para obtener información con el 38%, la comunicación con el 31,5%, educación y aprendizaje con el 23% y trabajo con el 3,6%. (Diario El Comercio, 2017)

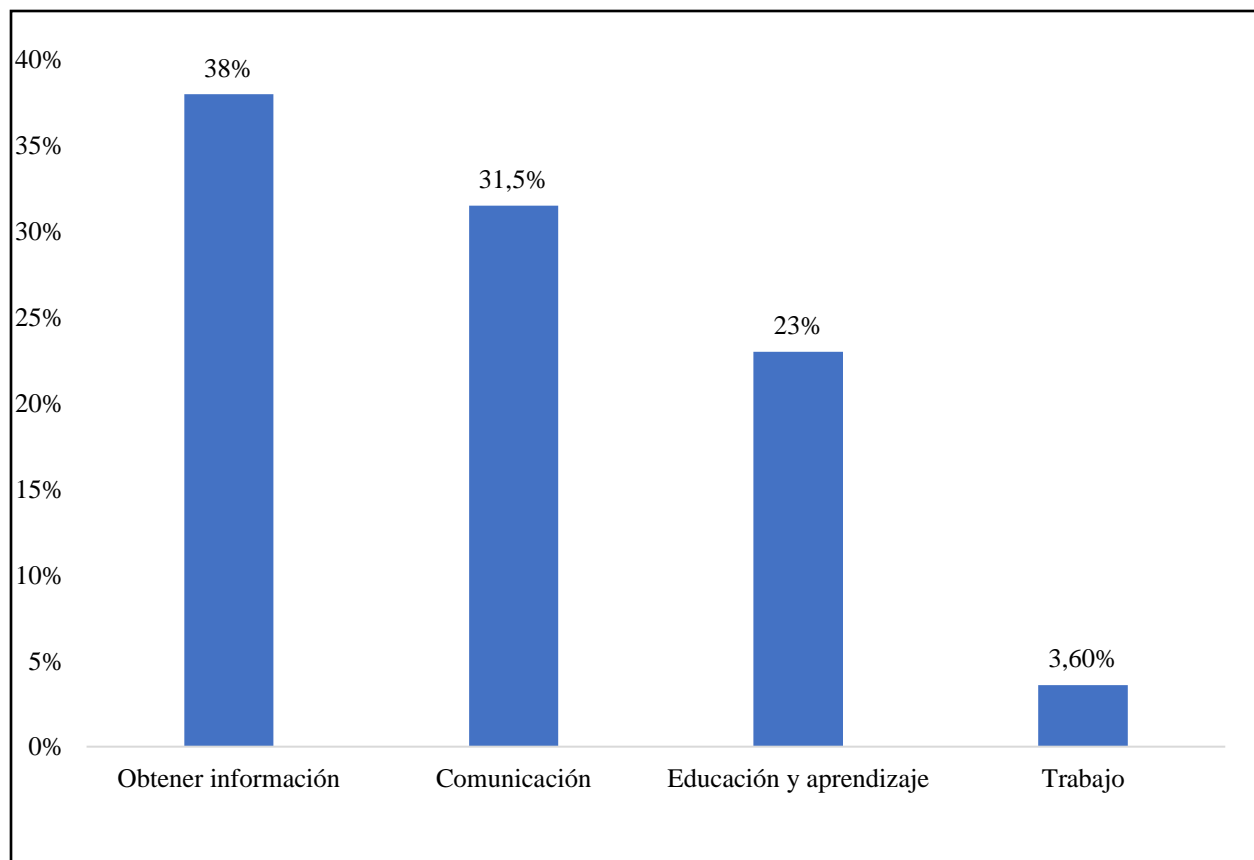


Figura 6: Motivos por lo que utilizan internet los usuarios  
Fuente: INEC (2016).

En general, se podría mencionar que el aumento en el acceso de internet dentro del país ha permitido que los usuarios hagan mayor uso de dispositivos, estos permiten que los usuarios además de que se pueden intercomunicar también puedan obtener información por medio de la búsqueda en la web, los medios digitales se han vuelto prácticamente en el cotidiano vivir del ecuatoriano, el mismo que para mantenerse informado y preparado debe de tener por lo menos un dispositivo al alcance, por ejemplo, para la búsqueda de empleo los usuarios deben de registrarse en un página web y enviar su información, esto implica que en la mayor parte de los casos es esencial tener acceso a internet, los periodistas quienes tienen el deber de comunicar deben estar informados en todo momento sobre los sucesos mundiales y nacionales que se presentan, la

preparación constante va a garantizar que su trabajo sea más competitivo que el de sus colegas en el medio.

### **2.3.3 Medios nativo digitales del Ecuador.**

De acuerdo con una investigación realizada por la empresa Fundamedios (2015), el país vive su propio apogeo de medios nativo digitales, hasta el 2015 eran aproximadamente 60 medios de este tipo, de esto destaca que dentro de las cuatro regiones del país se hace periodismo digital, hay que tomar en cuenta que la permanencia de algunos medios nativo digitales no es tan larga, en muchos casos han desaparecido por temas de diferente índole, un ejemplo de ello es que hasta el 2012 se registraban 34 medios, de los cuales solo 15 sobrevivieron. Con base en este estudio se menciona que el 2010 es un año que marco una diferencia significativa, ya que, a partir de este año hubo un mayor desarrollo tecnológico, así como un avance de las telecomunicaciones en el país, lo que contribuyó a que crezcan estos medios.

Estos medios con el pasar de los años han ido tomando valor, debido a que tienen propuestas interesantes y diversas que generan que sus lectores vayan creciendo constantemente, esto a su vez, causa su reconocimiento como medio de comunicación digital. Estos medios se ven beneficiados a diferencia de los medios tradicionales, dado que, muchos de ellos han sido sancionados por la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), la nueva Ley de comunicación entro en vigencia en el 2013, la misma que ha incitado que tanto medios tradicionales como nativo digitales hagan uso de las plataformas y herramientas digitales.

Para estos medios nativo digitales uno de los principales retos es la monetización, porque no solo pueden recibir ingresos de la publicidad, sino más bien diversificar y buscar nuevas fuentes de ingresos por medio de estrategias, mientras estas no afecten su línea editorial, otros retos son la difusión de contenido y la innovación. Los medios nativo digitales representan el 5% del total de

medios existentes en el país (1.148 privados, comunitarios y públicos), de estos medios nativos digitales el 68% se concentra en Guayaquil y Quito, ya que son las ciudades principales con la mayor cantidad de habitantes (ver Anexo F).

De los medios que se analizaron el 55% mantiene una periodicidad diaria y el 35% está formado por dos y cuatro personas que hacen parte del grupo de trabajo, también que el 100% se encuentra en Facebook y el 92% en Twitter, en muchos de los casos es por la falta de financiamiento que estos medios no pueden contar con un vasto personal para la creación de contenido periodístico.

#### **2.3.4 Relación de los usuarios con las TIC.**

En función de la relación que existe entre los usuarios con las TIC se encuentran tres grupos que presentan características distintas, una de ellas son las edades para cada grupo, estos grupos son los que se mencionan a continuación.

- **Nativo digital.-** Son todas aquellas personas nacidas desde 1995, los mismos que tienen una estrecha relación con la era digital y el acceso a nuevas tecnologías como lo son los videojuegos, computadoras, celulares, cámaras de video, entre otros. Estos nacen en una época donde la información a través de los medios es masiva y hacen uso de la misma. (Cable News Network, 2013)
- **Migrante digital.-** Son las personas nacidas en los años 60 en adelante, el término de migrantes se refiere a que han sido testigos del cambio y el impacto de las TIC en sus vidas cotidianas, es por esta razón que han tenido que emigrar de los medios tradicionales a los medios digitales (Agencia Latinoamericana de Información, 2012).
- **Analfabeta digital.-** Es aquella persona que al realizar sus actividades no emplea las herramientas digitales, lo cual limita a la persona a hacer uso de medios tradicionales donde debe emplear lápiz y papel, estos deben de apoyarse en la mayoría de los casos de los

migrantes o los nativos digitales, para que puedan ayudarlos con tareas o actividades que requieran del uso digital (Agencia Latinoamericana de Información, 2012).

Tal y como se ha presentado, existen tres grupos que engloban a toda la población en relación al mundo digital que se vive en la actualidad, hay que considerar que pese a que existen estos grupos dentro de los mismos pueden existir aún personas que representen una excepción, puesto que, están reacios a los cambios del entorno, prefieren de medios tradicionales más que los digitales, o por aspectos sociodemográfico que les impiden el conocimiento de las herramientas tecnológicas.

Los medios de comunicación deben de reconocer a estos grupos y reducir la brecha existente para llegar a cada uno de estos de la mejor forma posible, pese a que los medios han tenido que trasladar sus servicios a las plataformas digitales siguen en muchos de los casos utilizando medios tradicionales, para llegar a ese público analfabeta digital o que por otros factores requiere de consumir medios tradicionales como lo son la televisión, revistas impresas, periódicos impresos y la radio.

### **2.3.5 Analfabetismo digital.**

La sociedad moderna requiere que las personas estén conectadas por algún medio o dispositivos electrónico, con el desarrollo de las TIC se ha producido una nueva clase de analfabetas, estos no tienen acceso a los beneficios que brindan, ya que, desconocen de su uso o están reacios a saber como se utilizan. El analfabetismo impide que las personas formen parte de esta comunidad digital, de la misma manera que niega el acceso a la nueva información que se procesa y se almacena en los medios digitales sin costo y de fácil acceso. Con el pasar de los años la brecha digital se ha ido reduciendo dentro del país, permitiendo que sean cada vez más las personas que emplean los medios digitales, tal y como expresa la Cámara de Comercio de Guayaquil (2017, p.6) “el analfabetismo



digital muestra una importante reducción desde el año 2008, cuando la cifra llegaba al 32,4% de la población entre 15 y 49 años. En el año 2016, el analfabetismo digital se ubicaba en 11,5% de dicha población”. En la siguiente figura, se puede observar la reducción del analfabetismo digital en personas de 15 a 49 años, donde se demuestra que hasta el 2016 el analfabetismo es del 11,5%, esto se debe a factores como lo son la implementación de estrategias para capacitar a la población, por el aprendizaje y educación que han permitido que los habitantes del Ecuador sepan del uso y manejo de estos medios, por aspectos económicos y tecnológicos que han permitido obtener dispositivos a costos más accesibles que en años anteriores, entre otros.

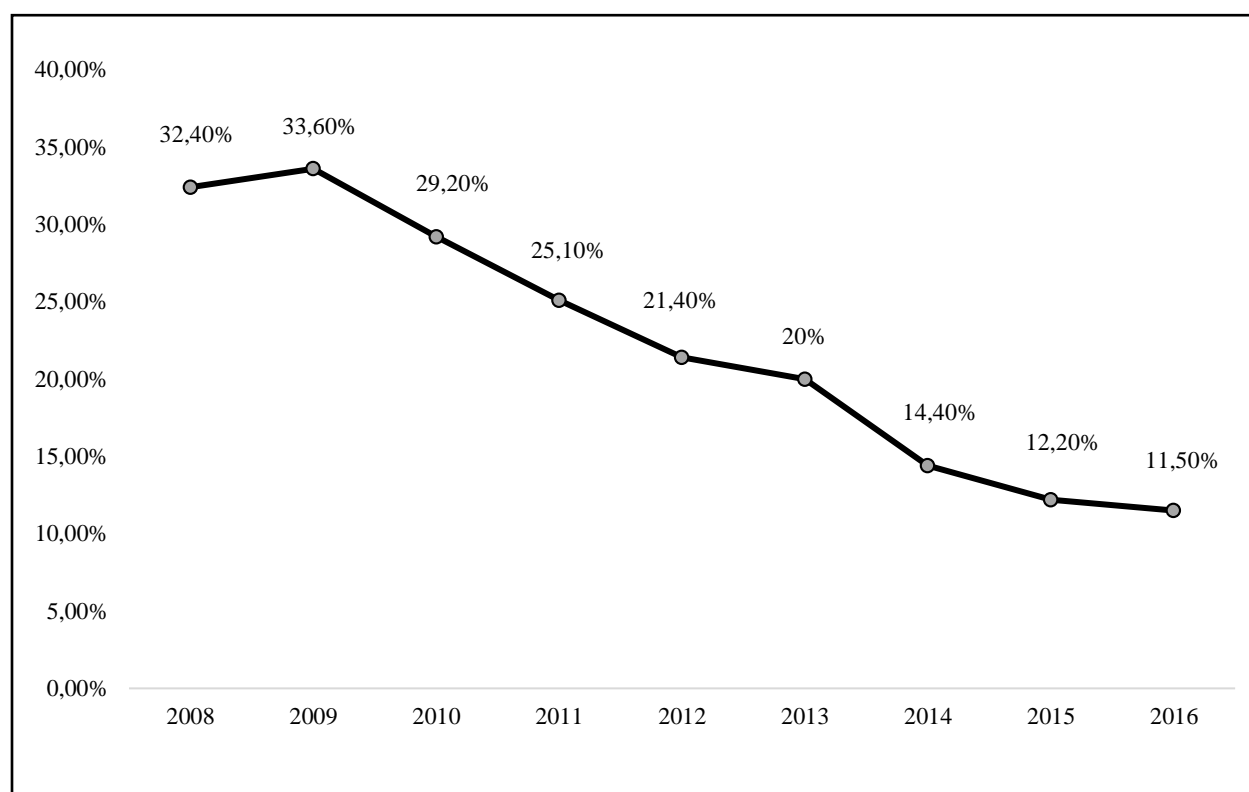


Figura 7: Variación porcentual del analfabetismo en el Ecuador 2012-2016  
Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil (2017).

### 2.3.6 Características del periodismo digital.

El periodismo ha tenido que sufrir una conversión con el apareamiento de las TIC, las mismas que han permitido generar una oportunidad para los medios de comunicación al causar que puedan

llegar a nuevos mercados y audiencias. El periodismo digital tiene un poco más de 10 años, pero ha llegado para quedarse y convertirse en una competencia o un aliado para la prensa, esto va a depender en gran medida si los medios de comunicación están dispuestos a converger en este medio o simplemente mantenerse, que es algo muy difícil, ya que, la mayor parte de la población utiliza y frecuenta los medios digitales.

El medio digital ofrece un sin número de ventajas para quienes han decidido emigrar o innovar por medio de este, puesto que, logran adaptarse y emplear las TIC de forma idónea para llegar a sus usuarios y de ser posible captar la atención de nuevos usuarios. El periodismo digital ha surgido como una nueva alternativa para ese público que se encuentra inmerso dentro de las plataformas digitales, por lo cual, se ha vuelto imperativo para las grandes empresas de la comunicación adaptarse y emplear dichas plataformas, la cual ayuda a entender de mejor manera a cada una de sus audiencias y estar en constante comunicación con ellos.

Pérez (2016), señala que el periodismo digital se basa en el dinamismo que tiene y este a su vez se centra en cuatro características que son inherentes del periodismo digital, estas son:

- **Hipertextualidad.** - Hace referencia a la posibilidad de contextualizar de una mejor manera la noticia, de esta manera el usuario tiene la capacidad de decidir qué tanta es la profundidad que quiere hacer sobre un texto.
- **Multimedialidad.** - Herramientas que permiten reducir las barreras existentes entre los géneros periodísticos, a través del uso de elementos del tipo audiovisual para apoyar la información.
- **Interactividad.** - Permite que los medios entren en una comunicación continua con los usuarios por medio de una retroalimentación, esto también causa que exista mayor cercanía entre el emisor (periodista) y el receptor (usuario).

- **Temporalidad.** - Ayuda a que la información pueda ser dada de forma más ágil sin tener la preocupación por el espacio que ocupa, facilitando así que el usuario pueda acceder a un mayor contenido por parte del medio de comunicación.

El periodismo digital también ha generado la actualización e inmediatez de la información, pero que si no se tiene cuidado puede causar una saturación de contenido, por esta razón es conveniente tener el conocimiento del nivel de contenido y el espacio que debe existir entre una publicación u otra, dependiendo de los intereses de los usuarios. Sin duda alguna el periodismo digital ha llegado para quedarse y provocar que los medios de comunicación deban de reinventarse empleando las TIC para llegar a sus usuarios, esto implica que los contenidos que se creen sean frescos, veraces, objetivos, imparciales y transparentes.

### **2.3.7 Impacto de las características del periodismo digital a los géneros periodísticos tradicionales.**

Las características que tienen el periodismo digital enriquecen en gran medida a los géneros periodísticos tradicionales, así como generan nuevos retos para los periodistas, además de que ha hecho que la práctica del periodismo mejore. Los géneros que se van a detallar a continuación son los informativos, interpretativos, argumentativos, dialógicos e híbridos. (Universidad de Antioquia, 2015)

- **Género Informativo (noticia).** - La hipertextualidad le da un valor contextual, por medio de la posibilidad de la vinculación de información de última hora con hiperdocumentos que ya existen. La multimedialidad le da la posibilidad de añadir imágenes, sonidos, videos a la información. Por último, la interactividad que ayuda a la participación por parte de los usuarios para aportar con información.

- **Género Interpretativo (reportaje y crónica).** - El reportaje es el género que mejor acoge las características del periodismo digital, debido a que la hipertextualidad permite que se integren enlaces referentes a otros artículos que sirven como evidencia y credibilidad; por su parte la multimedialidad permite que se integren galerías, videos, audios, entre otros, estos mejoran la experiencia del usuario y crean mayor información; la interactividad es la que logra que el usuario pueda mantenerse en contacto con el medio a través de herramientas como chats, comunidades, foros, correos, las mismas que le permiten dar su punto de vista y crítica sobre el contenido visualizado. La crónica por su parte ha tomado una diferencia del medio convencional, en vez de utilizar los modelos de la prensa ha empleado los de la radio y la televisión.
- **Género Argumentativo (editorial, columna, crítica y reseña).** - Este género es el que menos cambios ha sufrido, ya que, aunque utiliza multiplataformas se sigue empleando la misma estructura periodística.
- **Género Dialógico (entrevista).** - La característica que más destaca dentro de este género en el periodismo digital es la interactividad, porque permite que los medios pongan al personaje en exposición y diálogo con los usuarios, la multimedialidad de las redes sociales ha generado que los medios puedan realizar entrevistas en tiempo real y la hipertextualidad que les permite conectar la información realizada en las entrevistas ya existentes con las actuales, para realizar análisis y conclusiones.
- **Género Híbrido (infografías y ludificación).** - El periodismo digital o ciberperiodismo he permitido que se desarrollen nuevos géneros, que están dados de forma específica para las plataformas digitales. Las infografías son consideradas como hipertexto integrando los textos con medios audiovisuales, así como, la capacidad de que los usuarios entren en

interacción con la información, teniendo en cuenta que es el usuario quien decide como utilizar el medio digital y vivir su experiencia. La lúdica por su lado fue creada para emplear las herramientas y las dinámicas propias de los juegos interactivos, con la finalidad de crear contenido informativo.

## **2.4 Marco Conceptual**

Dentro del marco conceptual es fundamental detallar los conceptos más relevantes sobre el trabajo realizado, permitiendo tener un panorama más claro del objeto de estudio.

### **2.4.1 Hipermedia**

Citando a Sánchez (citado por Lino & Farías, 2015), manifiesta que la hipermedia es aquella tecnología por la cual se puede estructurar la información de una forma no secuencial, a través de nodos que están interconectados entre sí, por medio de enlaces. El diseño que se le da a la información será relevante para los usuarios, debido a que podrán encontrar la información de un modo rápido y sencillo. La hipermedia a su vez, permite que exista una retroalimentación de la información, dado que, permite un intercambio entre el usuario y el mensaje que este recibe.

### **2.4.2 Hipertextual**

Para Arias y García (2016, p.64) hipertextual es “una estructura construida a partir de los enlaces que unen textos o contenidos multimedia mediante la interacción del usuario en un entorno digital y multilineal. Con base en el concepto ofrecido por el autor se puede agregar que este sistema informático sirve para enlazar fragmentos que contengan textos entre sí, permitiendo que el usuario pueda acceder a la información por medio de ítems.

### **2.4.3 Multimedia**

De acuerdo con Zepeda y Mendez (2016, p.5), define multimedia “como un dispositivo o conjunto de dispositivos de software y hardware que permiten integrar simultáneamente diversos

formatos de información: textual, gráfica, auditiva, icónica, animación y secuencias de vídeo”. Los sistemas multimedia son empleados por los usuarios para realizar diferentes actividades en su vida cotidiana, es por ello, la importancia que ha tomado con el pasar de los años.

#### **2.4.4 Cibernauta**

Citando a Ferrada (2013, p.20), los cibernautas son “personas que participan del llamado ciberespacio mediante entornos que inducen a la acción o que pueden dar lugar a acciones simultáneas”. El ciberespacio es un entorno de tipo artificial creado por herramientas informáticas que permiten por medio de dispositivos tecnológicos que los cibernautas naveguen en él, el software principal que utilizan los cibernautas es el navegador, con el fin de visitar los diferentes sitios web que existen y de la misma forma hacer uso de los servicios en línea.

#### **2.4.5 TIC**

Se conoce como TIC a las Tecnologías de la Información y Comunicación, estas son un conjunto de tecnologías que sirven principalmente, para gestionar la información y enviarla de un lugar a otro (Universidad de Antioquia, 2015), las TIC con el paso de los años ha crecido permitiendo que un mayor número de personas tenga acceso a ellas, además estas incluyen las tecnologías para almacenar, recuperar, enviar, recibir, procesar y elaborar la información.

#### **2.4.6 Cibernética**

Para Ferrada (2013, p.19), la cibernética es una “ciencia interdisciplinar que trata de los sistemas de comunicación y control en los organismos vivos, las máquinas y las organizaciones”. Desde el punto de vista de la informática, la cibernética se enfoca en los sistemas de control que se emplean para el desarrollo de la información y otros contenidos, así como programas y softwares.

#### **2.4.7 Multiplataforma**

Se considera multiplataforma cuando se puede hacer uso de aplicaciones web, ya sean para juegos, utilidades o información en diferentes sistemas operativos (Programa Ibermedia, 2013). Existen dos tipos de software multiplataforma, el primero necesita que se compile la información para las plataformas que le sirven de soporte, el segundo puede ejecutarse en cualquier plataforma.

#### **2.4.8 Periodismo digital**

Burgueño (citado por Roggiero y Vera, 2014, p.19), manifiesta que el periodismo digital “completa la opción de incorporar cierta interactividad, sumando características como hipertextualidad o contenidos multimedia, así como la posibilidad de dejar comentarios. Además, recuerda que éste también debe de cumplir ciertas normas y requisitos que garanticen la calidad de la información”.

#### **2.4.9 Era digital**

Según Adams, Aragón, Chesbrough y Day (2014), la era digital también es conocida como la era de la información, debido al cambio existente de la tecnología analógica, mecánica y electrónica a la digital.

### **2.5 Marco Legal**

Para llevar a cabo este estudio es necesario identificar las leyes que intervienen, es por esta razón que se ha tomado información de Diario El Telégrafo (2013), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2014), Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (2018) y Aduana del Ecuador SENA (2014). A continuación se presentan estas leyes con sus respectivos Artículos:

**Tabla 6***Aspectos legales (parte 1)*

<b>Ley</b>	<b>N° de Artículo</b>	<b>Descripción</b>
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 384	La comunicación social debe de asegurar los derechos a la comunicación, libertad de expresión, la información, así como fomentar la participación ciudadana.
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 17	El estado garantizará la creación, así como el fortalecimiento de los medios de comunicación privados, comunitarios y públicos. También evitará el oligopolio y monopolio sobre las actividades de esta índole.
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 19	Esta ley regulará el contenido emitido por los medios de comunicación, de manera que prohíbe la publicidad que incite a la violencia, racismo, discriminación, sexismo, intolerancia y toxicomanía.
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 20	El estado garantizará a las personas tanto naturales o jurídicas que emitan opiniones en medios de comunicación, el secreto profesional y la reserva de la fuente de información.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 4	Esta ley no tiene como objetivo regular la información emitida por medio del internet, sin embargo no se excluyen las acciones legales que se realicen con base en la infracción de otras leyes dentro de la misma.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 5	Se consideran dentro de esta ley como medios de comunicación social a las siguientes: empresas, organizaciones públicas, comunitarias y privadas, de la misma forma que a la televisión y a los radios, ya que prestan el servicio público de comunicación masiva a través del internet.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 8	Se establece que los medios deberán difundir información de forma prevalente y el carácter de este debe ser educativo, informativo, y cultural, los mismo que deben propender a la calidad, así como difundir valores y derechos.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 10	Todos aquellos que formen parte del proceso de comunicación ya sean personas naturales o jurídicas deberán acatar las siguientes normas: dignidad humana, grupos de atención prioritaria, ejercicio profesional y prácticas de los medios de comunicación social.

**Fuente:** Diario El Telégrafo (2013), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2014), Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (2018), Aduana del Ecuador SENAE (2014).

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)



**Tabla 7***Aspectos legales (parte 2)*

<b>Ley</b>	<b>N° de Artículo</b>	<b>Descripción</b>
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 13	Las autoridades, medios de comunicación y funcionarios deberán facilitar y promover la participación de los ciudadanos en los procesos de comunicación.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 17	Todas las personas tienen como derecho expresarse de forma libre a través de cualquier medio, pero deben ser responsables de sus expresiones vertidas conforme a la ley.
Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 33	Todas las personas tienen el derecho de formar medios de comunicación social.
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 1	Esta ley busca normar la aplicación de los derechos expedidos en la ley orgánica de comunicación.
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 2	Se excluyen de la regulación y control aquellos contenidos por parte de las personas tanto naturales como jurídicas, que formulen en sus blogs, páginas web y redes sociales.
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 3	Se consideran también medios de comunicación a todos aquellos que operen sobre la plataforma web, los mismo que tendrán los derechos y obligaciones que los medios tradicionales.
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 4	Se describe como actividad comunicacional exclusivamente a las actividades realizadas por los medios de comunicación sociales establecidos en la ley de comunicación.
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 5	Las empresas dedicadas a la comunicación de carácter nacional podrán desarrollar sus actividades relacionadas a las plataformas digitales, teniendo en cuenta las siguientes normas. Los medios audiovisuales podrán realizar actividades de edición, producción, postproducción, distribución y exhibición de productos audiovisuales. Los medios impresos podrán realizar sus actividades de impresión, edición y distribución de sus publicaciones. Aquellas empresas que hayan obtenido la autorización para dar servicios de audio y video por suscripción podrán solicitar y obtener títulos habilitantes para ofertar sus servicios.

**Fuente:** Diario El Telégrafo (2013), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2014), Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (2018), Aduana del Ecuador SENAE (2014).

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)

**Tabla 8***Aspectos legales (parte 3)*

<b>Ley</b>	<b>N° de Artículo</b>	<b>Descripción</b>
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	Artículo 10	Los contenidos que se difunden por internet por parte de los medios de comunicación y medios digitales serán de propiedad de la persona natural o jurídica que los haya desarrollado. Será sancionado toda persona que en libertad de sus derechos ejecute acciones ilegales del tipo de cambio o modificación de certificados de seguridad o páginas electrónicas de páginas web generando que las personas ingresen a otros sitios.
Código Orgánico Integral Penal	Artículo 230	Será sancionada toda aquella persona que dañe y destruya datos informáticos pertenecientes a empresas de comunicación y de otros índoles.
Código Orgánico Integral Penal	Artículo 232	Las telecomunicaciones son todas aquellas que transmitan y emitan señales, signos, texto, video, sonidos e imágenes ya sea por sistemas inalámbricos, alámbricos u ópticos.

**Fuente:** Diario El Telégrafo (2013), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2014), Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (2018), Aduana del Ecuador SENA (2014).

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)

## Capítulo III

### Marco Metodológico

El presente trabajo tiene por objeto determinar el impacto que han tenido las TIC y plataformas digitales en la redacción hipertextual de los medios impresos, para lo cual, se debe analizar la información obtenida por medio de la investigación exploratoria y contrarrestarla con los resultados obtenidos de las entrevistas a profundidad y Focus Group. Esto va a desembocar en un análisis detallado que permita conocer como se ha dado este proceso desde su implementación.

#### **3.1 Tipo de investigación**

Para el estudio se ha tomado la investigación de tipo descriptiva, explicativa y de campo. Estas se las han tomado en consideración, dado que, contribuyen en gran medida para obtener los resultados esperados de la investigación.

##### **3.1.1 Investigación descriptiva.**

Según McDaniel y Gates (2016), la investigación descriptiva es un tipo de estudio que busca responder preguntas relacionadas con la temática de estudio y determinar las características que este presenta. Siguiendo con la idea Arias (2012), manifiesta que este tipo de investigación busca la caracterización de un fenómeno en particular, cuyo objetivo es determinar cuál es su estructura y comportamiento. Con base en estos conceptos se puede inferir que este tipo de investigación permite reconocer y presentar como se da un hecho, y es fundamental para este estudio.

##### **3.1.2 Investigación explicativa.**

Tal y como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que la investigación explicativa va más allá de describir un fenómeno, sino que más bien busca establecer las causas y los motivos porque se presenta este. Por lo tanto, en el estudio será de gran valor explicar las consecuencias y causas que se presentan en relación a la redacción hipertextual.

### **3.1.3 Investigación de campo**

Baena (2014), indica que la investigación de campo es aquella que tiene como finalidad administrar ordenadamente la información que se recoja en el terreno de estudio sobre un tema específico, es decir que el investigador deberá dirigirse al lugar donde se presenta el fenómeno y obtener la mayor cantidad de información posible sobre el tema. En el estudio será necesario recopilar información relevante referente el tema, por ello el autor de este proyecto se dirigirá directamente a las fuentes de información para realizar las entrevistas a profundidad.

### **3.1.4 Investigación exploratoria**

Para McDaniel y Gates (2016), la investigación exploratoria es una investigación preliminar, que se la realiza con el objeto de mejorar la comprensión sobre un tema, así como identificar las variables que se deben de estudiar. Al utilizar este tipo de investigación se ha logrado obtener un panorama mucho más amplio y claro del objeto de estudio.

## **3.2 Fuentes de información**

Las fuentes que se han empleado en este estudio han sido primarias y secundarias, a continuación se presentará la definición de estos y como se las utilizaron.

### **3.2.1 Fuentes primarias.**

Son fuentes que se obtienen de primera mano, es decir su base es original, como menciona Grande y Abascal (2014), la información de tipo primaria es aquella información que no existe, por lo tanto, es necesario crearla con base en observaciones, entrevistas, encuestas o experimentos. La forma de obtención de esta información puede ser tanto cualitativa como cuantitativa, es por esta razón por lo que se ha utilizado como fuente primaria la entrevista a profundidad y grupo focal, la cual va a permitir conocer sobre el tema del estudio.

### **3.2.2 Fuentes secundarias.**

Estas fuentes hacen mención a las fuentes que permiten obtener información ya existente por medio de revistas, libros, repositorios, artículos científicos, entre otros. Según Grande y Abascal (2014), la información secundaria a diferencia de la primaria si existe, es información que ha sido creada por otros investigadores. Dentro del estudio fue necesario tomar información de fuentes secundarias que permitan conocer a fondo el tema a tratar y como se ha dado.

### **3.3 Enfoque de la Investigación**

Según Portilla, Rojas y Hernández (2014, p.91), “la investigación cualitativa hace alusión a caracteres, atributos o facultades no cuantificables que pueden describir, comprender o explicar los fenómenos sociales o acciones de un grupo o del ser humano”. Para este estudio se ha empleado un enfoque cualitativo, ya que permiten por medio de la descripción conocer en detalle sobre lo que se está analizando, esto a su vez ayudará a profundizar y tener una mejor perspectiva del problema o de lo que se busca conseguir.

### **3.4 Técnica de investigación**

La técnica que se va a utilizar en este trabajo será la entrevista a profundidad dirigida a periodistas del área digital de los diarios más prestigiosos del país El Universo y Expreso, así como también a expertos digitales. También se va a emplear la herramienta del Focus Group, estará dirigida a profesionales periodistas.

#### **3.4.1 Entrevista a profundidad.**

Se ha elegido la entrevista, ya que esta brinda beneficios para la recopilación de la información, es más que un interrogatorio, es una técnica que busca por medio del diálogo con el entrevistado obtener la mayor cantidad de información posible sobre un tema específico (Arias, 2012).

### **3.4.2 Focus Group.**

El Focus Group es una herramienta de observación que sirve para conocer las opiniones y actitudes de un público sobre un tema en particular. Según Martínez (citado por Hamui y Varela, 2013), “es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto” (p.56). Para llevar a cabo esta técnica se debe realizar una sesión interactiva con las personas que se haya determinado adecuadas para el estudio, estas deben ser de 6 a 10 personas, con la finalidad de recopilar la mayor cantidad de información sobre las opiniones, experiencias o actitudes, además es importante tener una guía de las actividades y los temas que se van a abordar en dicha sesión. El Focus Group que se va a realizar tendrá una duración mínima de 1 hora y estará dirigida a profesionales periodistas.

#### ***3.4.2.1 Objetivos del Focus Group.***

##### *3.4.2.1.1 Objetivo general.*

Recolectar opiniones, experiencias y actitudes sobre la incidencia que ha tenido la redacción hipertextual en el ámbito periodístico digital.

##### *3.4.2.1.2 Objetivos específicos.*

- Determinar el conocimiento, experiencia sobre la redacción hipertextual y su aplicación para la creación de contenido.
- Establecer el impacto que ha tenido el periodismo con la aparición de la redacción digital.
- Identificar los tipos de narrativa digital que existen y como intervienen en la creación de contenido.
- Evaluar los factores positivos y negativos de la redacción hipertextual.

- Identificar las habilidades que debe poseer un periodista para la utilización de la redacción hipertextual.
- Conocer como contribuye la redacción hipertextual a la creación de contenido.

#### ***3.4.2.2 Preguntas del Focus Group.***

1. ¿Cuál es el aporte que tiene la redacción hipertextual en los medios digitales?
2. ¿Cuál es su experiencia en la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?
3. ¿Qué conocimientos debe poseer un periodista para la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?
4. ¿Cuál fue el impacto que tuvo el campo periodístico con la aparición de la redacción hipertextual?
5. Mencione los elementos y herramientas que conoce para la creación de contenido digital aparte de la redacción hipertextual.
6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar la redacción hipertextual para la creación de contenido?
7. ¿Qué le hace falta a la redacción periodística que realizan los medios de comunicación del país?
8. ¿Qué porcentaje le daría a la evolución que ha tenido el periodismo en el país con la aparición de las nuevas plataformas digitales?
9. Asigne una calificación del 1 al 10 con relación a que tan de acuerdo esta con el contenido periodístico digital por parte de los medios de comunicación en la actualidad.
10. ¿Qué medios de comunicación considera que hacen el mejor uso de la redacción hipertextual para la creación de contenido periodístico?

### 3.5 Resultados obtenidos

#### 3.5.1 Entrevista a representantes de los medios analizados.

A continuación, se presenta la tabla de los resultados obtenidos por los entrevistados de los medios de comunicación El Universo y Expreso, donde se destaca los aspectos más relevantes conforme a las preguntas que se les ha realizado.

**Tabla 9**

*Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 1)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EL UNIVERSO, LCDO. FERNANDO ASTUDILLO, SUB-JEFE DE REDACCIÓN</b>	<b>EXPRESO, LCDA. THALÍA PONCE, EDITORA DE LA UNIDAD DIGITAL</b>
1. ¿Desde cuándo el diario para el que trabaja utiliza los medios digitales para presentar sus noticias?	Introducción en el campo digital en 1997, sin embargo, su proceso comenzó en 1996.	El diario entra al ámbito digital a partir del 2004, cambios de dinámica en la presentación de noticias.
2. ¿Cuáles son las secciones del diario digital que son más leídas por los usuarios?	Noticias duras, aunque también leen en gran cantidad las secciones de política, económica y deportiva.	Política, económica y expresiones.
3. ¿Cuál es la plataforma digital que los usuarios prefieren del diario?	El sitio web.	El sitio web, seguida del Twitter.
4. ¿En la actualidad cuales son las plataformas que utiliza el diario?	Sitio web, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y Twitter.	Sitio web, Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn.
5. ¿Cuál ha sido la importancia que le ha dado la redacción hipertextual al ampo periodístico?	Cambio cultural para el Ecuador y los medios de comunicación en general; utilización de distintos tipos de narrativa que incluyen la hipertextual para la creación de contenido; y cambios paulatinos y constantes en la comunicación.	Aprovechamiento de los recursos humanos para la creación de contenido digital; creación de nuevos puestos de trabajo, como community manager y videógrafo; y cambiar la estrategia para emplear nuevas narrativas y creación de contenido multimedia.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)



**Tabla 10***Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 2)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EL UNIVERSO, LCDO. FERNANDO ASTUDILLO, SUB-JEFE DE REDACCIÓN</b>	<b>EXPRESO, LCDA. THALÍA PONCE, EDITORA DE LA UNIDAD DIGITAL</b>
6. ¿Cuáles son los beneficios que ha tenido el diario al emplear las nuevas plataformas digitales?	Los ingresos principales del diario se dan por medio de los suscriptores; ingresar a nuevos mercados y dirigirse a nuevas audiencias; y nuevos ingresos en el campo digital.	Llegar a nuevas audiencias y conquistarlas; llegar a personas que no consumían el producto; periodistas se convirtieron más integrales, están más capacitados; y creación de un nuevo canal digital.
7. ¿Cuál ha sido el impacto que han generado los medios digitales en el diario?	Reducción del tiraje del periódico; objetivo principal del diario de llegar a tener suscriptores universales; y mantenimiento de la circulación.	Cambios en la dinámica del trabajo; actualización constante de la información; personal que se adapta y que no se adapta a las nuevas tendencias digitales; y aumento en el nivel de ventas.
8. ¿Como ha evolucionado la comunicación a través de los medios digitales por parte de los diarios del país?	Positiva, existencia de periodismo fresco; la forma de narrar ha cambiado; y usuarios conectados entre sí y con los medios.	La evolución en la comunicación ha sido vertiginosa; poca importancia al periodista digital; personal capacitado; oportunidad para empresas con nuevos productos y propuestas editoriales.
9. ¿Qué aspectos deben de mejorar los diarios del país al desarrollar noticias por medio de las plataformas digitales?	Entender los contenidos que están siempre en desarrollo; las audiencias valoran la creación de contenido fresco; y flexibilidad al cambio.	Vencer el miedo de que el medio digital causará la desaparición del medio digital; acostumbrar a los periodistas a que sean integrales; mejorar la forma como se presenta la información; y los medios deben especializarse.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)

**Tabla 11**

*Entrevista a diario El Universo y Expreso (parte 2)*

PREGUNTAS	EL UNIVERSO, LCDO. FERNANDO ASTUDILLO, SUB-JEFE DE REDACCIÓN	EXPRESO, LCDA. THALÍA PONCE, EDITORA DE LA UNIDAD DIGITAL
10. ¿Cuáles son los retos que enfrentan los periodistas con relación a las nuevas tecnologías y plataformas digitales?	El periodismo no ha cambiado, las bases siguen siendo las mismas; preparación continua, conocer los distintos tipos de narrativa; e identificar el contenido que es adecuado para cada audiencia.	Mantenerse actualizados; conocer las herramientas para la creación de contenido digital; pensar en digital; apuntar a tener enfoques innovadores y aportar al contenido digital.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018)

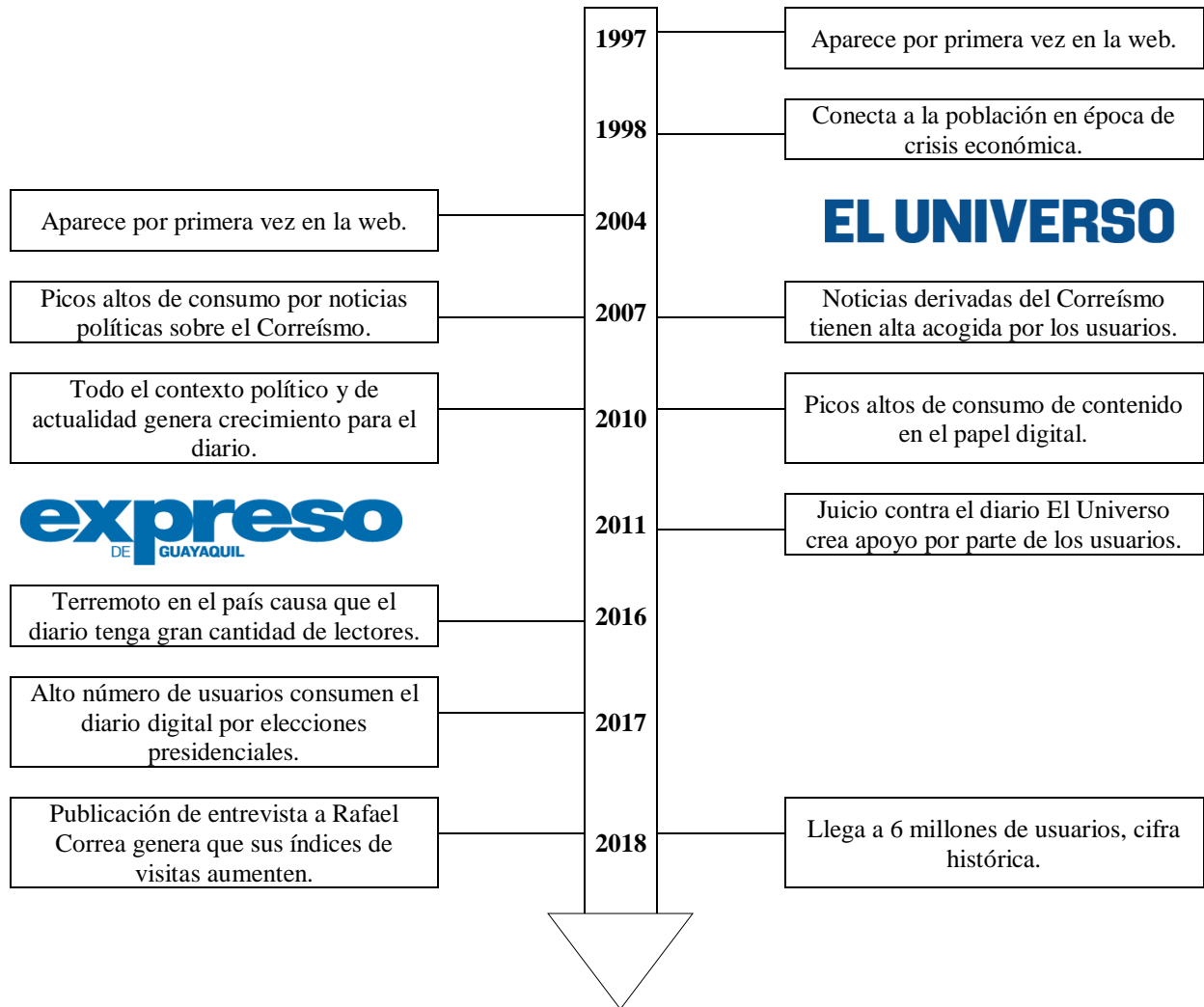


Figura 8: Línea de tiempo de los medios analizados

Por medio de la línea de tiempo que se ha presentado en la figura anterior se presenta como se han realizado las actividades de los medios analizados, en ella se puede observar los aspectos más relevantes desde que empezaron en el campo digital.

Como se observa en la figura 8, el diario El Universo empezó sus actividades digitales mucho antes que el diario Expreso en 1997, esto se debe a su trayectoria en el país, aunque si bien es cierto, no fue el primer diario en el país, este lugar lo ocupa el diario El Telégrafo. Cada uno de los diarios que se ha tomado para el estudio ha tenido que ir modificando su forma de comunicar dentro de las nuevas plataformas digitales, un aspecto que va de la mano con el avance tecnológico y el acceso a nuevas tecnologías, para ello han tenido que invertir recursos y dejar de percibir ciertos ingresos y buscar la manera de obtener otros por medio de las vías digitales, aunque ninguno de los medios de comunicación en el país aún tiene claro cuál es el negocio o la forma de ganar dinero en internet, es por ello que requieren innovar constantemente, establecer estrategias y planes de negocios que los acerquen a la obtención de nuevos ingresos en este tipo de negocio digital.

Al ser medios de comunicación se deben a la labor periodística, es por medio de ésta que va a depender su estabilidad, por lo que, a medida que se han presentado sucesos noticiosos como el Correísmo, el atentado del 30 de septiembre al presidente Rafael Correa, terremoto en Manabí, elecciones presidenciales, juicios en contra de la libertad de expresión, así como sucesos económicos que afectan la economía del país, entre otros; todos estos aspectos políticos, sociales y económicos generan para estos medios altos picos de consumo en el papel digital, donde tienen el deber de comunicar al instante, con el fin de captar el mayor número de lectores y marcar una diferencia de sus principales consumidores.

**Tabla 12**

*Aspectos positivos y negativos de la redacción hipertextual obtenida de la entrevista a representantes de los medios analizados*

ASPECTOS	EL UNIVERSO, LCDO. FERNANDO ASTUDILLO, SUB-JEFE DE REDACCIÓN	EXPRESO, LCDA. THALÍA PONCE, EDITORA DE LA UNIDAD DIGITAL
<b>Oportunidades</b>	Proceso más flexible adaptándose a las nuevas necesidades.	Llegar a más usuarios y captarlos.
	Acceder a nuevos mercados por medio de la creación de contenidos de interés.	Aprovechamiento de cifras estadísticas por medio de herramientas como Google Analytics.
	Los tipos de narrativa han ayudado a que la creación de contenido sea de gran valor	Toma de decisiones basadas en cifras precisas.
	Producción de mayor contenido.	
<b>Amenazas</b>	Los usuarios ya no pagan por acceder a la información.	Temor por parte de los periodistas al creer que el medio digital va a generar que desaparezca el medio tradicional.
	Medios nativos digitales que realizan la función de un medio de comunicación.	Falta de cultura de consumo de los medios digitales de consumo.
	No solo afecta al diario sino a toda la industria.	No hay un modelo claro de negocio para el medio digital.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

### ***3.5.3.1 Análisis de las entrevistas a representantes del diario El Universo y Expreso.***

De acuerdo a las entrevistas realizadas se ha podido obtener que las nuevas plataformas y herramientas digitales han permitido que los medios de comunicación y demás medios periodísticos se vean beneficiados, ya que, les ha permitido llegar a nuevas audiencias, conquistar nuevos mercados, pensar en digital y adaptarse a las nuevas exigencias que demandan los consumidores. Pese a que estos cambios también han generado que deban de reducir sus tirajes impresos, utilizar nuevos recursos periodísticos, así contratar personal capacitado para las nuevas operaciones.

Debido a la gran demanda de contenido han nacido nuevos medios que compiten con los medios actuales y que generan una preocupación para el mercado periodístico, no obstante, esto implica

para las organizaciones que deban mejorar y adaptarse por medio de una preparación, así mismo una evolución constante hacia las nuevas tecnologías y plataformas tecnológicas. La redacción hipertextual ha entrado en juego para la creación de contenido dentro de estas plataformas, permitiendo que el contenido sea más amplio y de mayor accesibilidad, aunque los usuarios ya no están dispuestos a pagar por lo que leen, los medios tienen el deber de pensar en nuevas oportunidades de negocio dentro de estas plataformas para ser rentables.

Pese a que existe una nueva tendencia de consumo periodístico se debe dejar en claro que el periodismo y la redacción siguen teniendo las mismas bases, tan solo son las herramientas y elementos los que hacen posible que la información pueda llegar a muchas más personas en cuestión de segundos, por medio de las mismas los medios tienen la oportunidad de especializarse y ser más competentes en el mercado, además de que han tomado como ejemplos a fuentes de otros países que se han desarrollado en el campo digital. En el país existe un cambio paulatino conforme a esta nueva tendencia de consumo y requiere que los medios aporten con información veraz, concisa, fresca y actual.

Los medios de comunicación tienen la ardua tarea de determinar cuál es el camino a seguir en este nuevo tipo de negocio digital, teniendo en cuenta que para ellos su principal fuente de ingresos son las publicidades y suscriptores, las plataformas digitales aunque permiten que lleguen a nuevas audiencias, también generan la incertidumbre de como generar ingresos por medio de estas nuevas herramientas y aprovechar los beneficios que poseen al máximo, es por esta razón que varios periodistas y medios temen el cambio total de lo analógico a lo digital, pero que sin duda alguna la tendencia de consumo digital no va a decrecer sino que va a seguir en aumento, es por ello, indispensable que los medios de comunicación se actualicen y estén predispuestos al cambio, así

como también emular acciones internacionales como por ejemplo, New York Times que hace un correcto uso de las plataformas, así como de la redacción hipertextual.

### 3.5.2 Entrevista a expertos digitales.

De las entrevistas realizadas a expertos digitales de la universidad ESPOL y UCSG se pudo obtener los siguientes resultados relevantes, los mismos que se presentarán en la siguiente tabla.

**Tabla 13**  
*Entrevista a expertos digitales (parte 1)*

PREGUNTAS	ESPOL, LCDA. LOURDES ULLOA, DOCENTE INVESTIGADORA	UCSG, ING. VICKY CHOEZ, JEFE DE DEPARTAMENTO WEB
1. ¿Cuál ha sido la evolución de la redacción periodística luego de la llegada de las nuevas plataformas y herramientas digitales?	Evolución notable en la comunicación; dar oportunidad a periodistas digitales; periodistas y medios reacios al cambio; y la redacción periodística aún tiene mucho por desarrollarse.	La redacción periodística mantiene sus principios; las plataformas digitales no definen el lenguaje de la comunicación; y la redacción debe de adaptarse dependiendo del medio que se utilice.
2. ¿Qué se requiere para la creación de contenido digital?	Periodistas multiplataformas; trabajo en conjunto para el desarrollo de la noticia; sensibilidad al contexto informativo.	Análisis de la audiencia; sistema de gestión de contenidos; y editores de contenido digital.
3. Mencione la importancia que tiene para usted la redacción hipertextual en el campo periodístico.	Ayuda a que el usuario pueda entender mejor el mensaje; la información que se transmite es más accesible e interactiva; conectar la información por medio de enlaces.	Los enlaces entre contenidos establecen la narrativa; permite que se procese y se difunda la información de mejor manera; información dinámica y fácil para el usuario; y aprovechamiento de las múltiples opciones multimedias existentes.
4. ¿Cuáles son los beneficios que tiene la redacción hipertextual para los estudiantes de periodismo?	Familiarizarse con el uso de multiplataformas para la creación de contenido; saber cómo realizar un periodismo de datos; anticipar las nuevas exigencias que demandan los trabajos periodísticos.	Establecer buenos enlaces de contenido; desarrollo de narrativas eficientes; y capacidad de conectar las ideas por medio de plataformas y herramientas digitales.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 14***Entrevista a expertos digitales (parte 2)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>ESPOL, LCDA. LOURDES ULLOA, DOCENTE INVESTIGADORA</b>	<b>UCSG, ING. VICKY CHOEZ, JEFE DE DEPARTAMENTO WEB</b>
5. ¿Cuáles son los principales conocimientos desde su punto de vista que deben poseer los estudiantes de periodismo para llevar a cabo un correcto uso de la redacción hipertextual?	Conocimientos profundos de la gramática; proponer interfaces digitales; trabajo multidisciplinario; manejo de big data; manejo de Deep web; manejo de redes sociales; edición y elaboración de contenidos.	Buen manejo del lenguaje; capacidad de síntesis; espíritu informativo; habilidades investigativas; y elaboración de contenidos periodísticos.
6. ¿Cuáles son los retos que enfrentan los estudiantes de periodismo respecto a los nuevos tipos de narrativas digitales?	Comprender la credibilidad; diferenciar entre un producto periodístico y un producto publicitario; manejo de las nuevas tecnologías; y desarrollo tecnológico constante.	Pocos recursos para realizar las prácticas; manejo de las plataformas y recurso tecnológicos; y oportunidades en el campo periodístico para adquirir experiencia.
7. ¿Cómo se puede mejorar la educación que reciben los estudiantes de periodismo con relación a la redacción hipertextual?	Introducir la redacción hipertextual en todos los ámbitos de la preparación de los estudiantes; preparar a los estudiantes para que piensen en digital; y desarrollar programas donde se exija a los estudiantes tareas de redacción hipertextual.	Uso de herramientas y plataformas tecnológicas; programas donde se implementen la redacción hipertextual y se fomenta a la competencia de habilidades periodísticas; y prácticas orientadas al campo periodístico digital por medio de la redacción hipertextual.
8. Considera usted que las instituciones educativas han tomado iniciativas enfocadas en los nuevos tipos de narrativa digital, para preparar a los estudiantes de periodismo. ¿Por qué?	Si, debido a que realizan una retroalimentación con los estudiantes por medio de chats en línea o por redes sociales, así como interacción con los usuarios a través de videos y transmedia.	Definitivamente si, ya que los medios de comunicación y los usuarios se han vuelto más exigentes en el tipo de contenido que consumen.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

### ***3.5.2.1 Análisis de las entrevistas a expertos digitales.***

Para los entrevistados en el Ecuador ha existido una evolución notable de la comunicación periodística, sin embargo existen tanto medios como periodistas que están reacios al cambio de la plataforma en la que se desenvuelven, ya que temen que el medio digital pueda absorber al medio impreso, no obstante, si los medios analógicos no se acoplan a las nuevas tendencias van a tender al fracaso, mientras que los nuevos medios logran posicionarse en este nuevo mercado. Por otro lado, la redacción periodística mantiene sus principios pese a la llegada de las nuevas tecnologías y plataformas, debido a que independiente del medio en el que se desarrolle siempre van a ser importantes las bases que se tengan para realizar periodismo de calidad, solo son las herramientas las que se modifican para facilitar este proceso.

La redacción hipertextual tiene gran importancia debido a que permite que los periodistas puedan conectar la información a través de enlaces, de esta forma la información que llega al usuario es más fácil de leer, así como más dinámica e interactiva, por medio de la redacción hipertextual se hacen uso de múltiples opciones multimedias, que no solo permiten la creación de contenido, sino que también ayudan a darle forma y orden a la información que se busca transmitir. Este tipo de redacción presenta varios beneficios como: desarrollo de narrativas eficientes; conectar las ideas con herramientas multimedias y el contenido; familiarizarse con las herramientas y plataformas para la creación de contenido; y hacer uso de enlaces adecuadamente dependiendo del tipo de audiencia a la que se quiera llegar.

Los principales conocimientos para hacer un uso correcto de la redacción hipertextual son: un conocimiento profundo sobre la gramática, no solo la tradicional, sino también la digital; manejo de big data, web profunda, redes sociales; desarrollo y elaboración de contenido periodístico; espíritu informativo; habilidades investigativas; y pensamiento digital. Estos conocimientos van a



permitir que puedan desenvolverse bien en el área, así como proponer ideas para el desarrollo de contenido adecuado para los usuarios, teniendo en cuenta que llevar a cabo este trabajo implica ciertos retos como lo es el comprender la credibilidad de la información, diferenciar entre los productos que se comercializan en el medio, pocas oportunidades dentro del campo periodístico y el desarrollo constante de la tecnología. Por esta razón los futuros periodistas deben de mantener una preparación equiparada a lo que demandan y exigen tanto los medios como los usuarios.

Según los entrevistados la educación que reciben los futuros periodistas del país debe de mejorar en las siguientes áreas: se debe implementar la redacción hipertextual en cada una de las etapas que cursa el estudiante, adaptarlos para que puedan pensar en digital, competencias de habilidades periodísticas entre instituciones académicas, prácticas enfocadas en la redacción hipertextual en medios de comunicación, entre otros. Aunque ciertas instituciones y el gobierno han intentado mejorar la educación con iniciativas en los nuevos tipos de narrativa, aún es necesario que se incorporen nuevas iniciativas que alienten a los futuros periodistas a conocer más del campo, asimismo estar en capacidad de responder a las exigencias del mercado y que además puedan impulsar a nuevas propuestas periodísticas que ayuden a que la información sea más interactiva y dinámica para los usuarios.

### **3.5.3 Focus Group a periodistas.**

Para llevar a cabo el Focus Group se contactó a personas que trabajan en medios de comunicación y que realicen labores relacionadas a la redacción hipertextual en plataformas digitales, en total se consideraron a seis personas, estas son: Lcdo. Marcel Bros, trabaja como relacionista público de las divisiones menores de Barcelona Sporting Club en el departamento de prensa, su trabajo consiste en manejar las plataformas digitales del club, para lo cual hace uso de la redacción hipertextual en los contenidos que realiza; Lcdo. Juan de la cruz, trabaja para la radio

de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil como coordinador general, su conocimiento con la redacción hipertextual es basta al estar encargado de todo el contenido que se presenta y se genera en el medio; Lcdo. José Arizaga, trabaja de forma independiente como asesor político, su labor consiste en manejar las cuentas de políticos dentro de la ciudad de Guayaquil por medio de la creación de contenido y redacción hipertextual; Lcdo. John Ma, realiza la labor de organizar eventos para el certamen de belleza Miss Ecuador, para el que requiere conocimiento de creación de contenido multimedias y redacción hipertextual; Lcdo. David Cevallos, trabaja como conductor periodístico en la radio Wilar RTV, además de ser conductor debe de realizar contenidos y manejo de plataformas digitales del medio de comunicación; Lcda. Angelica Avilés, relacionista pública y locutora de la radio Z1, donde tiene la función de manejar las redes sociales de la radio y comunicar todas las actividades que se realizan, a través de la redacción hipertextual.

**Tabla 15**

*Focus Group a Lcda. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 1)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>LCDO. MARCEL BROS</b>	<b>LCDO. JUAN DE LA CRUZ</b>	<b>LCDO. JOSÉ ARIZAGA</b>
1. ¿Cuál es el aporte que tiene la redacción hipertextual en los medios digitales?	Ayuda a enlazar la información; rapidez e inmediatez para que llegue la información; y conectar con los usuarios.	Generan interactividad con la sociedad; permiten que la información sea transmitida en tiempo real y al instante; y mayor alcance de usuarios.	Permite que haya inmediatez en la difusión de la información y empleo de multimedialidad.
2. ¿Cuál es su experiencia en la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Manejo de plataformas digitales del BSC, publicaciones diarias de información oficial y contenido relevante sobre la institución.	Control y supervisión de las actividades que se realizan en la creación de contenido de la Radio, soporte y colaboración en acciones relacionadas a la hipertextualidad y multimedialidad.	Manejo y asesoramientos de cuentas de redes sociales de políticos en Guayaquil, conocimiento en redacción hipertextual para campañas políticas.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 16***Focus Group a Lcds. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 2)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>LCDO. MARCEL BROS</b>	<b>LCDO. JUAN DE LA CRUZ</b>	<b>LCDO. JOSÉ ARIZAGA</b>
3. ¿Qué conocimientos debe poseer un periodista para la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Cuidar la ortografía; conciencia social; y redactar para todos los usuarios.	Manejo de la información; redacción concreta y precisa; regirse a los parámetros que exigen las plataformas digitales; y utilización correcta de hipertextos en los párrafos.	Buena redacción; uso de elementos multimedia; y no difundir contenido periodístico irrelevante o falso.
4. ¿Cuál fue el impacto que tuvo el campo periodístico con la aparición de la redacción hipertextual?	Alto impacto; generan nuevas plazas de empleo; rapidez, agilidad e impacto en la noticia.	Reducción de personal; se ha ganado inmediatez, rapidez y objetividad en la información.	Fuerte, generó que los medios deban de adaptarse a las nuevas tendencias; utilización de herramientas para la creación de contenido; e implementación de hipertexto.
5. Mencione los elementos y herramientas que conoce para la creación de contenido digital aparte de la redacción hipertextual.	Videos; fotos; audios; encuestas; y streaming.	Videos; bitly; soundCloud; y hootsuite.	Videos; fotos; imágenes; fotografías; audios; y hootsuite.
6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar la redacción hipertextual para la creación de contenido?	Ventajas: inmediatez, rapidez. Desventajas: Limitación por parte de los periodistas al buscar la información, confiar demasiado en las fuentes de información.	Ventajas: Inmediatez, rapidez, llegar al público objetivo. Desventajas: Error por transmitir al instante y no verificar la información.	Ventajas: Rapidez, inmediatez, utilización de contenido multimedia. Desventajas: falta de síntesis de la información.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 17***Focus Group a Lcds. Marcel Bros, Juan de la Cruz y José Arizaga (parte 3)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>LCDO. MARCEL BROS</b>	<b>LCDO. JUAN DE LA CRUZ</b>	<b>LCDO. JOSÉ ARIZAGA</b>
7. ¿Qué le hace falta a la redacción periodística que realizan los medios de comunicación del país?	Evitar el copiado de información, investigar a profundidad sobre las noticias,	Verificar la información, a no difundir información desactualizada.	Exigir a los periodistas mayor control sobre la información.
8. ¿Qué porcentaje le daría a la evolución que ha tenido el periodismo en el país con la aparición de las nuevas plataformas digitales?	70%, por que la comunicación se encuentra en estado de transformación, los medios actuales del Ecuador deben aún adaptarse y mejorar.	60%, porque el periodismo digital lleva poco tiempo siendo realizado de forma profesional, aún le falta de ser explotado.	70%, por que ha ido tomando fuerzas, se ha convertido en una fuente de información de relevancia en el campo periodístico.
9. Asigne una calificación del 1 al 10 con relación a que tan de acuerdo esta con el contenido periodístico digital por parte de los medios de comunicación en la actualidad.	3, porque existen periodistas que publican contenido al instante que no es verificado o que contiene errores.	5, porque existen medios que asignan a personas no preparadas a manejar el área digital.	5, falta mejorar el contenido que se publica, se debe hacer énfasis en la verificación de la información.
10. ¿Qué medios de comunicación considera que hacen el mejor uso de la redacción hipertextual para la creación de contenido periodístico?	El Universo y Teleamazonas.	El Universo, Ecuavisa, Radio CRE y Radio Morena.	Vito TVO, Radio City de Ecuavisa y Radio Dibli.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 18***Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 1)*

PREGUNTAS	LCDO. JHON MA	LCDO. DAVID CEVALLOS	LCDA. ANGELICA AVILÉS
1. ¿Cuál es el aporte que tiene la redacción hipertextual en los medios digitales?	Permite obtener una retroalimentación constante de la información; vincular diferentes plataformas digital por medio de links.	Ayuda a que la información se expanda con facilidad; y un aprovechamiento adecuado de las diferentes herramientas digitales para aumentar la visualización de contenidos.	Permite que exista una mayor interactividad con los usuarios; y aprovechamiento de links y elementos multimedia.
2. ¿Cuál es su experiencia en la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Organización de eventos de Miss Ecuador, manejo de cuentas en las plataformas digitales y apoyo en la creación de contenido hipertextual.	Encargado de segmento deportivo en Radio Wilar RTV, desarrollo de contenido hipertextual del segmento para las diferentes plataformas que maneja la Radio.	Locutora de la radio Z1 y relacionista pública, ha redactado hipertextual mente para varios medios de comunicación.
3. ¿Qué conocimientos debe poseer un periodista para la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Valores y principios; redacción objetiva; y conocer a profundidad de la información que va a transmitir.	Objetividad al comunicar; y generar credibilidad por medio del contenido que se comunica.	Buena redacción; profesionalismo; seriedad; credibilidad; usar links; cantidad de texto; y utilización de multimedialidad.
4. ¿Cuál fue el impacto que tuvo el campo periodístico con la aparición de la redacción hipertextual?	Generó que se llegue a muchas más personas, un mayor impacto en la información que se transmite en plataformas digitales.	Interactividad y retroalimentación de la información que se comunica, así como noticias al instante.	Agilidad, rapidez para comunicar las noticias; y exige periodistas más analíticos
5. Mencione los elementos y herramientas que conoce para la creación de contenido digital.	Wickr; creatavist; hootsuite; y streaming.	Bitly; soo meta; y moovly.	Elementos multimedia; bitly; timeline; y everypost.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 19***Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 2)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>LCDO. JHON MA</b>	<b>LCDO. DAVID CEVALLOS</b>	<b>LCDA. ANGELICA AVILÉS</b>
6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar la redacción hipertextual para la creación de contenido?	Ventajas: Oportunidad para los nuevos periodistas, organizar la información. Desventajas: actualización constante del contenido de los links de hipertexto.	Ventajas: Información al alcance de la mano; y herramientas digitales para crear contenido. Desventajas: Falta de investigación.	Ventajas: Libertad de la información; y contenido más relevante y llamativo para los usuarios. Desventajas: Limitación para expandirse en los textos; mayor competencia; y verificar la información.
7. ¿Qué le hace falta a la redacción periodística que realizan los medios de comunicación del país?	Creación de contenido responsable; y desarrollo de contenido propio.	Evitar el abuso de las cortesías; y titulares vendedores con poco contenido periodístico.	Falta de contenido; y nuevas propuestas periodísticas,
8. ¿Qué porcentaje le daría a la evolución que ha tenido el periodismo en el país con la aparición de las nuevas plataformas digitales?	65%, porque hay el interés de los medios por mejorar, sin embargo existe falta de seriedad y profesionalismo al publicar contenido sin calidad.	70%, aunque la tecnología ha avanzado los profesionales del periodismo aún les falta preparación. Se requiere de personal con habilidades y capacidades para llevar a cabo la labor periodística y creación de contenido.	60%, por que los medios han intentado a adaptarse a las nuevas tendencias, aunque deben mejorar en algunos aspectos.
9. Asigne una calificación del 1 al 10 con relación a que tan de acuerdo esta con el contenido periodístico digital por parte de los medios de comunicación en la actualidad.	5, porque el periodismo digital requiere de preparación, los medios deben darles la importancia a las plataformas digitales y cuidar el contenido que publican.	4, falta de seriedad en la publicación de contenidos que hace perder la credibilidad del medio de comunicación.	8, porque la constante actualización digital ha generado que el periodismo crezca en su calidad y se aporte con contenido mucho más valioso.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

**Tabla 20***Focus Group a Lcds. Jhon Ma, David Cevallos y Angelica Avilés (parte 3)*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>LCDO. JHON MA</b>	<b>LCDO. DAVID CEVALLOS</b>	<b>LCDA. ANGELICA AVILÉS</b>
10. ¿Qué medios de comunicación considera que hacen el mejor uso de la redacción hipertextual para la creación de contenido periodístico?	Ecuavisa y El Universo.	Ecuavisa y El Universo.	Ecuavisa. Teleamazonas, El Telégrafo, Radio Café Club.

**Elaborado por:** Alfredo Nicolás Robles de la Torre Robles (2018).

#### ***3.4.5.1 Análisis del Focus Group a periodistas.***

Dentro de los resultados obtenidos por parte de los participantes del grupo focal están que el periodismo digital ha ido cobrando fuerza con el pasar de los años, es decir que ha tenido un alto impacto, pese a ello no lleva tanto tiempo ejecutándose de forma profesional, debido a que ha tenido que tomar como base el periodismo tradicional, por tal motivo el periodismo digital aún tiene mucho por mejorar, ya que existen medios de comunicación que no hacen un uso correcto de las nuevas plataformas digitales, así como no realizan un periodismo profesional que busque contenido de calidad, fresco y del interés de los usuarios. Le ha costado mucho a los medios de comunicación adaptarse, esto significa que en esta adaptación han tenido que aprender poco a poco del uso y manejo de las nuevas tecnologías, así como de las plataformas digitales, en muchos casos los medios con tal de transmitir contenido no realizan la verificación de la información, algo que era muy normal en el periodismo tradicional. Además ha generado que se creen nuevas plazas de empleos, asimismo ha existido reducción de personal en ciertos medios de comunicación, ya que se requiere de periodistas más integrales y analíticos, que sepan llevar la información con agilidad, rapidez y mantener una comunicación constante con los usuarios que cada día son más.

Uno de los principales problemas que tal vez aún mantengan los medios de comunicación es que no se le da la importancia que tiene el periodismo digital, esto causa que se asignen a personas no preparadas en el área y por consiguiente los errores de comunicación periodística como: publicar información no veraz, mala redacción, copiar información de otras fuentes, publicar contenido personal, uso incorrecto del hipertexto, enlaces desactualizados. Los medios de comunicación necesitan ser más exigentes con los periodistas, de esta forma podrán ofrecer contenido de calidad aprovechando la rapidez, inmediatez y multimedialidad que dan las plataformas digitales, por lo tanto los medios deben entender que en la actualidad el contenido que generan puede llegar a una cantidad de usuarios no solo dentro del país sino a nivel mundial, y que este contenido sino es el adecuado va a generar que pierda la credibilidad como medio de comunicación, un aspecto de mucha importancia dentro del campo periodístico.

Las personas que deben estar a cargo de publicar contenido en las plataformas digitales existentes deben tener una preparación adecuada, no cualquier improvisado puede manejar y publicar contenido periodístico. Los periodistas deben ser responsables como comunicadores sociales de la información que imparten, por ello es fundamental que allá una labor investigativa profunda, teniendo en cuenta que no deben creer o publicar todo lo que ven en las plataformas digitales, sino más bien salir a buscar la noticia e investigar a profundidad el suceso acontecido, así como también mantener una buena redacción, lenguaje concreto y preciso, objetividad de la información, generar interactividad en la información, comunicar al instante, utilización de links adecuadamente, creatividad comunicacional, entre otras.

La redacción hipertextual sin duda alguna permite que los medios puedan comunicar la información de forma más rápida y accesible para el usuario, así como enlazar el contenido por medio del hiper texto, exige que la información deba ser compactada a diferencia de los medios



tradicionales, y permite que la información este acompañada ya sea por imágenes, audios o videos, esto va a depender del tipo de contenido que se busque comunicar. Además permite que la información que se quiere comunicar tenga una mejor organización, asimismo que sea más interactiva, generando que este pueda acceder a ella de una manera más fácil y ágil, sin tener que esperar días para acceder a ella, también permite que en tiempo real pueda el usuario estar al tanto de lo que acontece no solo en su país, sino también en el mundo. Por otro lado permite que los medios clasifiquen la información para que el usuario pueda acceder a ella con facilidad y encontrar lo que busca, el hipertexto aprovecha todas aquellas plataformas y herramientas digitales para que la información periodística sea conectada con otra y que permite integrar videos, imágenes, sonidos y demás, garantizando una mejor dinámica en la información que se presenta, por todas estas razones genera un valor positivo para los medios de comunicación.

Según los participantes los medios de comunicación que manejan una redacción hipertextual adecuada son: El Universo, Ecuavisa, CRE, Vito TVO, Radio City, Radio Diblu, Teleamazonas. Estos medios no solo manejan una muy buena interacción con sus usuarios, sino que además realizan un adecuado enlace de contenido entre las diferentes plataformas digitales que manejan, lo cual se debe a una correcta redacción hipertextual, permitiendo que los usuarios puedan acceder a más información de forma fácil, sencilla y rápida, con contenido veraz y fresco.

### **3.6 Resultados de la investigación.**

Por medio de la presente investigación se pudo obtener que los medios periodísticos en el país han tenido una evolución notable, aunque existen diversos factores que deben de mejorarse a fin de brindar un periodismo que compita con medios internacionales, los mismos que tienen un mayor desarrollo en este ámbito digital. El periodismo sigue teniendo las mismas bases, tan solo los formatos, aplicación y herramientas para emplearlo son las que se han diversificado, permitiendo que pueda tener un mayor alcance, no obstante, una de las principales preocupaciones tanto para

periodistas, como para los medios de comunicación es que el papel digital absorba a los medios tradicionales, esto es algo que con el pasar de los años se ha venido dando con la revolución tecnológica, donde cada día se suman más los usuarios que consumen contenido digital, los diarios impresos han reducido su tiraje, los canales de televisión han tenido que compartir sus contenidos en plataformas de video, así como también las radios han tenido que trasladarse a plataformas web.

A pesar de los aspectos mencionados en el párrafo anterior existe un público que sigue siendo asiduo a este tipo de productos tradicionales, siguen consumiendo el contenido que ofrecen, aunque son menores los ingresos igual son representativos para las empresas de comunicación.

Una problemática encadenada al tipo de negocio que deben de apuntar los medios de comunicación que han incursionado en el ámbito digital es el de monetizar sus ingresos, ya que su fuente principal por mucho años ha sido la publicidad y suscriptores, pero que en el ámbito digital la competencia es muy fuerte por las mismas ofertas que ofrecen las plataformas, ya no es un negocio que dominan los principales medios de comunicación del país, sino más bien la ola tecnológica trajo consigo nuevas empresas y propuestas periodísticas que amenazan el negocio periodístico tradicional. En la actualidad hay sin número de nuevos medios de comunicación que han aportado con contenido fresco y que ha sabido llegar a los usuarios, empero pocos son los que logran mantenerse, porque es difícil permanecer en un mercado tan competitivo como el de la comunicación que con las TIC y plataformas digitales abrió nuevas fronteras.

Esta corriente de las nuevas tecnologías para el periodismo puede verse de diversas aristas pero hay algo que no va a cambiar, por lo cual los medios de comunicación y periodistas deben entender que el periodismo digital llegó para quedarse, los medios internacionales han apuntado a este desarrollo, por tanto han sabido aprovechar las herramientas y plataformas que están a su disposición, tan solo va a depender de como los medios de comunicación del Ecuador sepan

realizar sus estrategias y como lleven a cabo el periodismo digital. Hay que destacar que para realizar periodismo digital se requiere de nuevas formas de comunicar, como lo es el caso de la redacción hipertextual, más que una amenaza es una gran oportunidad, ya que al vincularlas con las plataformas y herramientas se puede combinar la información con contenido multimedia (imágenes, videos, audios, entre otros), estos hacen posible que la información tenga una mejor presentación para el usuario, así como también que estos sean interactivos y fomenten la participación de ellos, donde los medios pueden entrar en contacto y recibir una retroalimentación de la información que han brindado, además que el periodismo digital ofrece como grandes características la inmediatez, rapidez, interactividad y multimedialidad, generando que el contenido que se brinda cause un mayor impacto.

Para que se puede mejorar el periodismo en el país es necesario: que se le de mayor valor a lo digital; que se exija más de los periodistas; que estos estén capacitados y sean integrales en la labor que deben desempeñar; que las instituciones educativas aporten con una mejor educación en cuanto a programas de capacitación y preparación en periodismo digital; educar a los periodistas a pensar no solo en el periodismo tradicional sino que guiarlos a la nueva era tecnológica; fomentar las competencias de estilos de redacción digital como la hipertextual; permitir que los periodistas aporten con nuevas propuestas periodísticas frescas; diversificar y especializarse en este campo; mayor inversión al talento humano, es decir que se capacite a los periodistas en relación a la creación de contenido multimedia; verificar la información y las fuentes de donde proceden; utilización adecuada de links, mantenimiento de las páginas y plataformas digitales que usan, actualización de información constante.

Para finalizar se puede decir que la llegada de las TIC y las plataformas digitales han generado un cambio en la forma de consumir la información, que ha provocado que los medios existentes

de comunicación tengan que adaptarse y sumergirse en este nuevo campo, pero que no será para nada fácil y no todos los medios van a sobrevivir, por esta razón es indispensable que a medida que aparezcan las nuevas herramientas y las nuevas formas de comunicar los medios se adapten, acoplen y se exijan ser más competitivos. La única manera de aprovechar esta nueva corriente tecnológica va a depender de cada medio, estos deben de hacer hincapié en el aprendizaje de estas nuevas herramientas y plataformas y buscar la mejor manera de destacar por encima de las demás, a medida que siga evolucionando la tecnología las exigencias del mercado serán más grandes y evidentes, por tal motivo es muy difícil que quienes siguen haciendo periodismo tradicional en el digital puedan garantizar su permanencia en el negocio.

## CONCLUSIONES

- Definitivamente la evolución de la era digital incidió en los medios de comunicación impresos y como consecuencia llegaron a nuevas y más grandes audiencias. Consiguieron, además de comunicar al instante, vincular la información y compactarla por medio de la hipertextualidad; utilizar nuevos elementos multimedia (fotografías, audios, imágenes, videos, links); y albergar la información en un solo sitio, para que el usuario pueda acceder a la noticia en cualquier momento.
- Cabe recalcar que esta evolución no ha sido de la noche a la mañana, para ello ha tomado tiempo y aprendizaje de cómo comunicar en digital. Las bases del periodismo tradicional se mantienen, pero se fueron abriendo nuevas vías de acceso de los medios ante las exigencias del mercado de consumo periodístico. Estos cambios incluyen: utilizar nuevos recursos; crear nuevas plazas de trabajo orientadas a lo digital; reducir la cantidad de tirajes diarios; no solo depender de la facturación impresa, sino también generar ingresos por el medio digital y sus publicaciones; y reducir sus costos, ya que los costos en internet en publicidad son menos costosos que en el impreso.
- Los elementos que otorga el periodismo digital son: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y temporalidad; para que estos se lleven a cabo y se dé un periodismo de calidad existen herramientas como Wickr, bitly, moovly, hootsuite, creatavist, streaming, soo meta, timeline, everypost, entre otros. Cada una de estas herramientas permite crear contenido que pueda difundirse con rapidez, interactividad y de fácil comprensión.
- Uno de los principales factores del cambio de los medios tradicionales impresos al digital fue la expansión de las TIC en el país y el acceso libre a estas, a través de políticas públicas

que permitieron que la tecnología se vaya integrando poco a poco en la sociedad ecuatoriana.

- A diferencia de los diarios impresos, los diarios digitales tienen muchas ventajas como por ejemplo: mayor alcance de usuarios, rapidez de la información, inmediatez para emitir las noticias, interactividad y retroalimentación de la información que se ha compartido, uso de hipertextualidad para conectar la información, uso de elementos multimedia que vuelven más atractivo el contenido, entre otros. También se utilizan videos, imágenes, audios y fotografías de la información que se quiere comunicar.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, C., Aragón, S., Chesbrough, H., & Day, G. (2014). *Reinventar la empresa en la era digital*. BBVA. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Revista Electrónica de Educación: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1-1.pdf>
- Aduana del Ecuador SENA E*. (2014). Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de Aduana del Ecuador SENA E: [https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/CODIGO\\_ORGANICO\\_INTEGRAL\\_PENAL.pdf](https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/CODIGO_ORGANICO_INTEGRAL_PENAL.pdf)
- Agencia Latinoamericana de Información*. (14 de Agosto de 2012). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Agencia Latinoamericana de Información: <https://www.alainet.org/es/active/57191>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. (2014). Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/REGLAMENTO-LOC.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas, Venezuela: Episteme. Recuperado el 21 de Junio de 2018
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (6ta ed.). Venezuela: Episteme. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- Arias, F., & García, J. (2016). Definiendo la hipertextualidad. *Revista Icono 14*, 14(2), 48-68. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/995/584/>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación* (1era ed.). México: Patria.
- Cable News Network*. (2013). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Cable News Network: <https://cnnespanol.cnn.com/2013/01/25/nativos-digitales-quienes-son-y-que-significa/>
- Cámara de Comercio de Guayaquil*. (2017). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Cámara de Comercio de Guayaquil: <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/Comercio-electr%C3%B3nico.pdf>

- Colombia Digital*. (2011). Recuperado el 10 de Agosto de 2018, de Colombia Digital:  
<https://colombiadigital.net/opinion/blogs/blog-colombia-digital/item/854-periodismo-digital-y-periodismo-tradicional-opuestos-o-complementos.html>
- Consejo de Participación Ciudadana y Control Social*. (2018). Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de Consejo de Participación Ciudadana y Control Social:  
<http://www.cpcps.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/Constituci%C3%B3n.pdf>
- Diario Ecuador Inmediato. (1 de Marzo de 2017). 55,63% de ecuatorianos utiliza internet, según Ministerio de Telecomunicaciones. *Ecuador Inmediato*. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818816397](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818816397)
- Diario El Ciudadano. (14 de Setiembre de 2017). En Ecuador, las mujeres son quienes más usan teléfonos inteligentes. *El Ciudadano*. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de  
<http://www.elciudadano.gob.ec/en-ecuador-las-mujeres-son-quienes-mas-usan-telefonos-inteligentes/>
- Diario El Comercio. (2017). Con más acceso a las TIC. *El Comercio*. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de <https://www.elcomercio.com/opinion/acceso-tic-oportunidades-tecnologia-internet.html>
- Diario El Telégrafo*. (2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2018, de Diario El Telégrafo:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/banners/2013/17-6-13-Ley-de-comunicacion.pdf>
- Diario Herald. (11 de Julio de 2016). *Diario Herald*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, de Diario Herald: el primer diario en tener un ordenador en su redacción fue el Daily Oklahoma, en 1963,
- Estupiñan, J. (2017). *Universidad de Guayaquil*. Recuperado el 2 de Agosto de 2018, de Universidad de Guayaquil:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21738/1/1.MAEUG%20TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20ESPECIAL%20JAEV.pdf>



- Ferrada, M. (2013). *Eprints*. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de Eprints:  
<http://eprints.rclis.org/19182/1/Serie%20N%C2%B081%20Mariela%20Ferrada.pdf>
- González, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales. *Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal*, 7, 746-766. Recuperado el 2 de Agosto de 2018, de Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal:  
<http://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>
- Grande, I., & Abascal, E. (2014). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (12ava ed.). Madrid, España: Esic. Recuperado el 28 de Agosto de 2018
- Guapulo. (2018). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Guapulo:  
<https://guapulo.com/2018/03/26/antes-de-emprender-en-ecuador-deberias-conocer-estas-cifras-parte-2-la-tecnologia-en-el-ecuador/>
- Hamui, A., & Varela, M. (2013). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal:  
<http://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). McGraw Hill. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- INEC. (2016). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- INEC. (2016). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2018, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- Insights. (2017). Obtenido de Insights: <https://insights.la/2018/02/08/luce-panorama-digital-ecuador/>

- Kleiner Perkins*. (2018). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de Kleiner Perkins:  
<https://www.kleinerperkins.com/perspectives/internet-trends-report-2018>
- Lino, M., & Farías, N. (2015). Sistema hipermedia para administrar objetos de aprendizaje en educación secundaria . *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(11). Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo:  
<http://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319004.pdf>
- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de Mercados* (10ma ed.). Cengage Learning. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- Morán, S. (27 de Agosto de 2015). *Fundamedios*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2018, de Fundamedios: <http://www.fundamedios.org/wp-content/uploads/2015/08/El-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-Ecuador.pdf>
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y los retos en la sociedad Global. (61), 1-30. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Pérez, P. (20 de Abril de 2016). *Diario El País*. Recuperado el 28 de Agosto de 2018, de Diario El País: [https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302\\_620130.html](https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html)
- Portilla, M., Rojas, A., & Hernández, I. (2014). *Universidad de Nariño*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Universidad de Nariño:  
[http://revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/view/2192/pdf\\_34](http://revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/view/2192/pdf_34).
- Programa Ibermedia*. (2013). Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de Programa Ibermedia:  
<http://www.programaibermedia.com/glossary/multiplataforma/>
- Roggiero, G., & Vera, E. (2014). *Universidad Estadal Península de Santa Elena*. Recuperado el 2 de Agosto de 2018, de Universidad Estadal Península de Santa Elena:  
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3833/1/UPSE-TCS-2014-0012.pdf>
- Universidad de Antioquia*. (2015). Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de Universidad de Antioquia:  
<http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/investigacion/mod/page/view.php?id=3118>

*Universidad de Antioquia*. (2015). Recuperado el 28 de Agosto de 2018, de Universidad de Antioquia: <http://delaurbe.udea.edu.co/2015/08/12/generos-periodisticos-en-internet-nuevos-generos/>

Vega, C. (2015). El periodismo clásico frente al nuevo periodismo. *Revista de la Universidad de la Rioja*(5), 187-195. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068743.pdf>

*We Are Social*. (2018). Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de We are Social: <https://wearesocial.com/>

Zepeda, H., & Mendez, M. (2016). Aplicaciones multimedia para el fortalecimiento de competencias laborales. *Revista de la Universidad de la Rioja*, 5(10). Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5825189.pdf>

## ANEXOS

Perfil del entrevistado del diario El Universo.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Fernando José Astudillo
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	El Universo
Cargo	Subjefe de redacción
Experiencia	24 años haciendo periodismo.

Perfil del entrevistado del diario Expreso.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Thalía Ponce Cepeda
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Diario Expreso/Diario Extra
Cargo	Editora de la unidad digital
Experiencia	10 años como periodista

Perfil del entrevistado de la ESPOL.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Lourdes Paola Ulloa López
Profesión	Periodista y Comunicadora Social
Empresa donde trabaja	ESPOL
Cargo	Docente investigador
Experiencia	15 años como periodista y 9 años como docente.

Perfil del entrevistado de la UCSG.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Vicky Marisol Choez Game
Profesión	Ingeniera en producción y dirección en artes multimedia.
Empresa donde trabaja	UCSG
Cargo	Jefa de departamento web
Experiencia	9 años como jefa de prensa

Preguntas a representantes de los medios El Universo y Expreso

N°	PREGUNTAS
1	¿Desde cuándo el diario para el que trabaja utiliza los medios digitales para presentar sus noticias?
2	¿Qué oportunidades y amenazas se presentan al utilizar los medios digitales para el diario?
3	¿Cuáles son las secciones del diario digital que son más leídas por los usuarios?
4	¿Cuál es la plataforma digital que los usuarios prefieren del diario?
5	¿En la actualidad cuales son las plataformas que utiliza el diario?
6	¿Cuál ha sido la importancia que le ha dado la redacción hipertextual al ampo periodístico?
7	¿Cuáles son los beneficios que ha tenido el diario al emplear las nuevas plataformas digitales?
8	¿Cuál ha sido el impacto que han generado los medios digitales en el diario?
9	¿Como ha evolucionado la comunicación a través de los medios digitales por parte de los diarios del país?
10	¿Qué aspectos deben de mejorar los diarios del país al desarrollar noticias por medio de las plataformas digitales?
11	¿Cuáles son las fechas que considera que han sido determinantes para que el diario evolucione en las plataformas digitales?
12	¿Cuáles son los retos que enfrentan los periodistas con relación a las nuevas tecnologías y plataformas digitales?

Preguntas a expertos digitales.

N°	PREGUNTAS
1	¿Cuál ha sido la evolución de la redacción periodística luego de la llegada de las nuevas plataformas y herramientas digitales?
2	¿Qué se requiere para la creación de contenido digital?
3	Mencione la importancia que tiene para usted la redacción hipertextual en el campo periodístico.
4	¿Cuáles son los beneficios que tiene la redacción hipertextual para los estudiantes de periodismo?
5	¿Cuáles son los principales conocimientos desde su punto de vista que deben poseer los estudiantes de periodismo para llevar a cabo un correcto uso de la redacción hipertextual?
6	¿Cuáles son los retos que enfrentan los estudiantes de periodismo respecto a los nuevos tipos de narrativas digitales?
7	¿Cómo se puede mejorar la educación que reciben los estudiantes de periodismo con relación a la redacción hipertextual?
8	Considera usted que las instituciones educativas han tomado iniciativas enfocadas en los nuevos tipos de narrativa digital, para preparar a los estudiantes de periodismo. ¿Por qué?

Perfil del participante 1 del Focus Group.

<b>DATOS DEL PARTICIPANTE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Marcel Bros
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Barcelona Sporting Club
Cargo	Relacionista Público

Perfil del participante 2 del Focus Group.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Juan de la Cruz
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Radio Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Cargo	Coordinador General

Perfil del participante 3 del Focus Group.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	José Arizaga
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Independiente
Cargo	Asesor Político

Perfil del participante 4 del Focus Group.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	John Ma
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Miss Ecuador
Cargo	Organizador de eventos

Perfil del participante 5 del Focus Group.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	David Cevallos
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Wilar RTV
Cargo	Conductor periodístico

Perfil del participante 6 del Focus Group.

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Nombre Completo	Angelica Avilés
Profesión	Periodista
Empresa donde trabaja	Independiente
Cargo	Relacionista Pública

Listado de medios nativos digitales Ecuador 2015

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

<a href="http://www.elfinanciero.com">http://www.elfinanciero.com</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://www.elemprendedor.ec">http://www.elemprendedor.ec</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://www.elcacaotero.com.ec">http://www.elcacaotero.com.ec</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://elproductor.com">http://elproductor.com</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://www.ecuadoracolors.com">http://www.ecuadoracolors.com</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://ecuadoruniversitario.com">http://ecuadoruniversitario.com</a>	Portal especializado	Quito
<a href="http://www.benditofutbol.com">http://www.benditofutbol.com</a>	Portal especializado	Quito
<a href="http://www.futbolecuador.com">http://www.futbolecuador.com</a>	Portal especializado	Quito
<a href="http://studiofutbol.com.ec">http://studiofutbol.com.ec</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://www.matavilela.com">http://www.matavilela.com</a>	Portal especializado	Guayaquil
<a href="http://www.cerolatitud.ec">http://www.cerolatitud.ec</a>	Portal especializado	Quito
<a href="http://ecuadoraldia.ec">http://ecuadoraldia.ec</a>	Medio regional	Riobamba
<a href="http://www.cotopaxinoticias.com">http://www.cotopaxinoticias.com</a>	Medio regional	Latacunga
<a href="http://www.contenido.com.ec">http://www.contenido.com.ec</a>	Medio regional	Babahoyo
<a href="http://www.expresatemoronasantiago.com">http://www.expresatemoronasantiago.com</a>	Medio regional	Macas
<a href="http://www.puyogaceta.com">http://www.puyogaceta.com</a>	Medio regional	Puyo
<a href="http://www.aldia.ec">http://www.aldia.ec</a>	Medio regional	Quevedo
<a href="http://quevedoaldia.com">http://quevedoaldia.com</a>	Medio regional	Quevedo
<a href="http://www.celicanos.com">http://www.celicanos.com</a>	Medio regional	Célica
<a href="http://machalamovil.com">http://machalamovil.com</a>	Medio regional	Machala
<a href="http://www.xaviervillacis.com">http://www.xaviervillacis.com</a>	Medio regional	Quevedo
<a href="http://www.hechosecuador.com/">http://www.hechosecuador.com/</a>	Medio regional	Chone
<a href="http://ecoamazonico.org/">http://ecoamazonico.org/</a>	Medio regional	Puyo
<a href="http://www.galapagosdigital.com/">http://www.galapagosdigital.com/</a>	Medio regional	Galápagos/USA
<a href="http://www.radioturismoecuador.com/">http://www.radioturismoecuador.com/</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.radiolavida.com/">http://www.radiolavida.com/</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.radioequinoccio.com/">http://www.radioequinoccio.com/</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.wambraradio.com/">http://www.wambraradio.com/</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.labodegamusical.com/">http://www.labodegamusical.com/</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.uisek.edu.ec/Radiouisek.aspx">http://www.uisek.edu.ec/Radiouisek.aspx</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://rayuelaradio.com">http://rayuelaradio.com</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://planarteria.com">http://planarteria.com</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://radiococoa.com/">http://radiococoa.com/</a>	Radio nativa digital	Quito



<a href="http://www.radioholaecuador.com">http://www.radioholaecuador.com</a>	Radio nativa digital	Guayaquil
<a href="http://www.srradio.com.ec/">http://www.srradio.com.ec/</a>	Radio nativa digital	Loja
<a href="http://rockafuerteonline.com/">http://rockafuerteonline.com/</a>	Radio nativa digital	Rocafuerte
<a href="http://www.spacemusicradiofm.com/">http://www.spacemusicradiofm.com/</a>	Radio nativa digital	Guayaquil
<a href="http://www.flacsoradio.ec">http://www.flacsoradio.ec</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://www.xyz-ecu.org">http://www.xyz-ecu.org</a>	Radio nativa digital	Quito
<a href="http://lalineadefuego.info">http://lalineadefuego.info</a>	Portales de opinión	Quito
<a href="http://ecuador.indymedia.org">http://ecuador.indymedia.org</a>	Portales de opinión	Desconocido