

Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”

Facultad Ciencias de la Comunicación

Carrera de Periodismo



TESIS DE GRADO

**“RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO EN LOS CIBERMEDIOS NOTI
MANTA Y LA VOZ RADIO MANTA. AÑO 2018”**

Autora:

Geomara Melissa Sabando Vélez

Tutor:

Ing. Jorge Luis Guevara Chávez, Mg.

Manta – Manabí - Ecuador

2019

TEMA:

**RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO EN LOS CIBERMEDIOS NOTI
MANTA Y LA VOZ RADIO MANTA. AÑO 2018.**

Sometido a consideración de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACCO) de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, especialidad Periodismo.

APROBADO

Lcdo. Carlos Intriago Macías, PHd.

DECANO DE LA FACCO - ULEAM

Ing. Jorge Luis Guevara Chávez, Mg.

DIRECTOR DE TESIS

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

CERTIFICO:

Haber asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado “**RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO EN LOS CIBERMEDIOS NOTI MANTA Y LA VOZ, AÑO 2018**”; y autorizo la presentación para la defensa previa y aprobación respectiva de la estudiante Geomara Melissa Sabando Vélez

**LCDO. JORGE LUIS GUEVARA CHÁVEZ, MG.
DIRECTOR DE TESIS**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Las críticas, análisis, información u opiniones y directrices en el siguiente trabajo, son de total responsabilidad de la autora

GEOMARA MELISSA SABANDO VÉLEZ

DEDICATORIA

Este objetivo conseguido lo dedico con todo mi amor y dedicación a mi madre Patricia Vélez, quien ha estado apoyándome en cada caída que tuve por diferentes circunstancias y por cada vez creer más en mi capacidad para ser una profesional.

A mi padre, José Sabando que aun estando lejos del país, siempre ha estado pendiente y porque desde siempre ha sido motor para realizar nuestros estudios.

A mis hijos, Santiago y Camila quienes han sido fuente de motivación e inspiración, y victoria a lo largo de mi carrera.

A mi querido esposo Edwin Vélez que sin duda alguna también ha sido parte de cada uno de mis pasos y con su sacrificio y esfuerzo en los altos y bajos, siempre estuvo ahí apoyándome.

A mis familiares, en especial a mi tía Lourdes por siempre estar pendiente de cada detalle.

A mis compañeros y amigos, presentes y ausentes, quienes sin esperar nada a cambio, compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas. Y cada una de las personas que se mantuvieron a mi lado durante estos cinco años de carrera, apoyándome y logrando que este sueño se haga realidad.

GEOMARA MELISSA SABANDO VÉLEZ

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de investigación no lo puedo catalogar como algo fácil, pero lo que sí puedo afirmar, es que durante todo este tiempo, Dios estuvo a mi lado.

Viví y disfruté, cada investigación, proyecto o trabajo, y no fue porque yo así lo quise, fue por Dios, mi familia y amigos fueron testigos de cada uno de estos actos.

Gracias a mis padres por ser los principales motores de mis sueños.

A los docentes de esta prestigiosa facultad, por cada conocimiento brindado en cada una de las aulas, así como a los creadores del medio de comunicación Radio La Voz, Leonardo Rezavala y La página de Facebook Noti Manta, Luis Briones, por haberme permitido acercarme a sus espacios comunicacionales.

Gracias a Dios y a la vida por este nuevo triunfo y a los que creyeron en la realización de este trabajo de investigación

GEOMARA MELISSA SABANDO VÉLEZ

Índice

1. CAPÍTULO I	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Objetivos	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.3. Prognosis	6
1.4. Formulación del problema	7
1.5. Delimitación del problema	7
1.6. Justificación.-	8
2. MARCO TEÓRICO	10
2. 1. Antecedentes del estudio	10
2.2. Fundamento filosófico	10
2.3. Fundamentos teóricos	11
2.4. La interacción de la noticia en la Web. Y los cybermedios	13
2.5. Cybermedios	14
2.6. Cybermedios nativos	15
2.7. Cybermedios inmigrantes	16
2.5. Los cybermedios y sus rutinas productivas	17
2.6. Los cybermedios en América	17
2.7. Los cybermedios en Ecuador	19
2.8. El periodismo digital y su incidencia en Manta	21
2.9. Noti Manta	22
2.10. Radio La Voz 15-70	23
3.- METODOLOGÍA	24
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.2. POBLACIÓN O MUESTRA	24
3.2.2. Muestra:	24
3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	25
3.3.4. Entrevistas:	25
3.4.- Métodos	25
4. MARCO ADMINISTRATIVO	28

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	29
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
6.1. CONCLUSIONES.....	62
6.2. RECOMENDACIONES	63
7. BIBLIOGRAFÍA.....	64

Resumen.

Esta investigación permitió realizar las rutinas productivas del periodismo en los cibermedios Noti Manta y la Voz Radio Manta. A partir de este estudio, se conoce la práctica diaria del profesional al momento de exponer una información, y los diferentes pasos que el periodista debe cumplir para la producción de la noticia. Desde la perspectiva cualitativa se toma en cuenta los métodos utilizados, como bibliográficos y las técnicas de revisión.

En Manta, los periodistas de los cibermedios, a la hora de ejercer su profesión, se encuentran con dificultades económicas que afectan su labor. Esta problemática, junto a la falta de capacitación ante el avance tecnológico, no permite ejercer de buena forma esta labor.

Summary.

This research allowed to carry out the productive routines of journalism in the cybermedia Noti Manta and the Radio Manta Voice. From this study, the daily practice of the professional is known when presenting information, and the different steps that the journalist must complete for the production of the news. From the qualitative perspective, the methods used, such as bibliographic and revision techniques, are taken into account.

In Manta, cybermedia journalists, when exercising their profession, find themselves with economic difficulties that affect their work. This problem, together with the lack of training in the face of technological progress, does not allow this work to be carried out in a good way.

TEMA 1

1. CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del problema

Contextualización.

Contexto Macro

La tecnología es la responsable de la aparición de nuevas formas de estar informados y de la incorporación de nuevos medios de comunicación que cumplen con este objetivo. Cada uno de ellos muestra la realidad, en que sus editores se desenvuelven, y lo que más les conviene, en algunos de los casos, para sus economías.

El estar comunicados constantemente, juega un papel importante para la sociedad y su desarrollo, y los medios comunicación afianzados en la era digital, cumplen ese rol a través de las distintas plataformas, de manera distinta a lo que lo hacían los medios de comunicación tradicionales.

Los investigadores en la comunicación han visto como se amplía su marco de estudio y se multiplican los campos donde aplicar los resultados de sus trabajos. Esta realidad es producto de la constante evolución a la que se ve sometida la sociedad.

Esta simbiosis ha originado que en la actualidad, tengamos diferentes tipos de medios de comunicación que trabajan para la sociedad, los que compiten con la

información, unos medios por la calidad y otros por la rapidez en que se publican sus notas.

Debido a este gran avance, la sociedad se ve sometida a una realidad, mostrada de diferentes ángulos, es decir, en contados segundos, tenemos a la mano, una misma noticia, pero con diferentes criterios.

En ese sentido Tunez López y Martínez Solana (2014), sostienen que las transformaciones en los soportes de difusión de la información y de contacto con la audiencia, han producido reajustes en el perfil profesional del periodista, no solo en la diversificación de funciones y en la acumulación de tareas que no supone una apuesta por la calidad, sino por la productividad.

La observación participante es importante, es una de las formas más eficaces de reconocer las rutinas de los profesionales, la inclinación de los usuarios, el tipo de investigación que más llama la atención, y es determinante, para anotar comportamientos y capacidades de la misma.

Contexto Meso

Los medios de comunicación digital, han implementado nuevas formas de hacer periodismo, pero también han generado cambios en la población, los medios de producción, e incluso han colaborado, para que la información fluya en países que viven en dictaduras.

Para aquello, las redes sociales han servido para hacer llegar de mejor manera el mensaje, según explica Cantos y Cumba (2018), en algunos casos hay que saber distinguir cuando es verdadera una información en todos los estamentos, ya sea

esta estatal o particular, debido a que en muchas ocasiones no siempre son veraces.

Cantos y Cumba (2018), sostienen que en la actualidad, las redes sociales son una fuente casi obligatoria para los comunicadores del Ecuador, que se dedican a diario a generar información al instante, es decir, siguen la información e interactúan con el receptor, y este a su vez, vierte su criterio personal más no un dictamen ético profesional.

Contexto Micro

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador, la comunicación es un derecho y está regulada por la Ley Orgánica de Comunicación, que fue promulgada en junio de 2013 y su articulado codifica y reglamenta el ejercicio y la actividad de todos los medios de comunicación del país.

Aunque no bajo esa normativa, en el Ecuador, los cibermedios buscan, de alguna manera, cumplir con el objetivo de informar a sus públicos objetivos. La espontaneidad, la versatilidad y la intuición en sus quehaceres, marcan muchas de las rutinas de trabajo, porque cada noticia requiere un planteamiento diferente, en función de las declaraciones obtenidas, las fotografías o los videos capturados.

La inmediatez y la actualización continuada, son valores establecidos en la redacción, pero no comporten una falta de rigor, ya que la información no es contrastada por varias fuentes.

Análisis crítico

El cibermedio nativo Noti – Manta, desde su creación se ha dedicado en su mayoría, a la difusión de hechos denominados de crónica roja o Judicial, pero también expone notas sociales donde expone géneros como el reportaje, la entrevista y la fotonota.

La noticia que este cibermedio expone, si es de crónica roja o judicial, es casi al instante, es decir, a pocos minutos de ocurrido los hechos, lo que ha despertado el interés en los 170 mil seguidores que indica tener.

La falta de presupuesto en este tipo de cibermedio, es lo que ha originado que sus coberturas hayan disminuidos, y en la actualidad, las notas periodísticas que expone al pública, tanto en su página web www.notimanta.com como en su FanPage en la red social Facebook, sean en su mayoría de hechos de crónica roja o judicial

El cibermedio Radio La Voz 15-70, que se puede considerar de origen inmigrante, aunque en sus inicios trabajo bajo la tutela del GAD Manta, en la actualidad, se mantiene bajo la autogestión de sus directivos.

Este medido de comunicación tiene esa caracterización, porque su fuerte está en Radio La Voz, que se escucha en el dial 15-70 en Amplitud Modulada (AM). Aunque en la radio hay una variedad de contenidos, las notas periodísticas que se publican en su página web <http://www.lavoz1570.com> como en su FanPage en la red social Facebook, en su mayoría son hechos de crónica roja y judicial e incluso con mayor periodicidad que el cibermedio nativo Noti – Manta.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Conocer cuáles son las rutinas productivas que aplican los periodistas de los cibermedios Noti – Manta y la Voz Radio Manta, para las coberturas y posterior publicación de sus notas periodísticas

1.2.2. Objetivos específicos.

- Identificar qué tipo de medios alternativos utilizan los periodistas de los cibermedios Noti - Manta y la Voz Radio Manta, para la cobertura y posterior publicación de sus notas periodísticas
- Detallar qué normativas cumplen los periodistas de los cibermedios Noti – Manta y la Voz Radio Manta, en el ejercicio cotidiano de sus coberturas y posterior elaboración de sus trabajos
- Analizar la presencia de la nueva era tecnológica en las rutinas periodísticas

1.3. Prognosis

Para los fines de esta investigación, se han considerado los antecedentes de Virginia Luzón Fernández que investigó en 2001 “La irrupción de internet en las rutinas productivas de la información diarios televisivos. El caso de TV3, televisión Catalunya”.

La autora menciona que las transformaciones tecnológicas, generan consecuencias y efectos colaterales, en la empresa, sociedad, en los trabajadores y hasta en los productos, ya que internet presenta la utopía comunicativa de que todos tenemos acceso a la misma, pero para unos es beneficiosa, pero para otros no.

Roger Monzó (2010), sostiene que las nuevas tecnologías aplicadas a la realización de la información audiovisual y transmisiones deportivas afecta el contenido y la estructura de la noticia publicada, sin embargo, los medios de comunicación televisivos se están adaptando a este sistema.

Lianet Alayón Pérez publicó su investigación en el año 2017, “Las rutinas de producción hipermedia en Vanguardia web”. La autora enfatiza que la producción de la noticia es uno de los procesos más evolutivos en el campo de las investigaciones en comunicación. El periodismo en internet supone una reorganización de sus métodos en la presentación de las noticias, desde el lenguaje, hasta la calidad del contenido.

En esta etapa de circulación rápida de la información se excluye y jerarquiza la información de acuerdo a la noticiabilidad y la postura editorial del medio, por ello se juega mucho con el lector, porque solo los lectores tienen la posibilidad de hacer

clic para introducir a la información, y que, a la primera vista, de una buena impresión y responda a sus necesidades.

Rivera, Pereira, y Quichimbo (2015), afirman que existe una ausencia de participación de los periodistas en la toma de decisiones, redefinición y evaluación del producto digital y todo este sistema, unido al recurso humano limitado y poco capacitado, deja el uso de fuentes como un tema pendiente

Las rutinas productivas en los medios digitales, dependiendo de los periodistas adquieren características propias en dependencia del contexto histórico en el que se desarrollan, ante ello Fonseca Muñoz (2011), dice que este tipo de producción informativa la determinan como una dramatización, donde se busca y recoge la información y luego se procesa y se configura en cada género según las características del tema.

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son las rutinas productivas, que realizan los periodistas y editores en los procesos de cobertura, elaboración y difusión de noticias en los cibermedios Noti – Manta y la Voz Radio Manta.

1.5. Delimitación del problema

Campo: Medios digitales

Área: Comunicación.

Aspecto: Producción periodística

Delimitación espacial: Cantón Manta, provincia de Manabí.

Temporal: 2018.

1.6. Justificación.-

Con los avances tecnológicos en el mundo, también surgieron nuevas formas de comunicación a las ya existente. Por ejemplo, la mensajería pasó de ser de mensajes de texto a redes sociales, y con ello, los denominados Mass Comunicación o medios de comunicación masivos, tuvieron que migrar a la web, o en su defecto, desaparecer y dar paso a nuevos proyectos comunicacionales

A los medios de comunicación existentes que crearon vínculos en la web se los denominó inmigrantes, mientras que a los nuevos medios que nacieron en la red, se los denominó nativos.

Los alcances que han tenido estos medios de comunicación, denominados cibermedios, han sido de alguna manera importantes, debido a que han captado, la atención de los cibernautas, dependiendo de las propuestas comunicacional que ofrecen

En Ecuador, al igual que en el mundo entero, este tipo de procedimientos, se generó en todos los ámbitos y formas de la comunicación, ya sea en prensa escrita, televisiva e incluso radial.

La presente propuesta investigativa, busca analizar sobre “Las rutinas productivas del periodismo en los cibermedios Noti Manta y La Voz radio Manta, lo que permitirá a través de una investigación conocer cuál es el trabajo que desarrolla cada uno de comunicadores sociales, a la hora de ejercer su profesión en los cibermedios anotados.

Además los resultado, permitirán saber qué tipo de géneros utilizan los periodistas para difundir sus notas periodísticas a través de sus portales web. y obtener de manera detallada, tipos de coberturas que realizan y qué target cubren.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2. 1. Antecedentes del estudio

Hasta el momento no se han encontrado evidencias de investigaciones parecidas o relacionadas “Rutinas productivas del periodismo en los cibermedios Noti Manta y la Voz Radio Manta

2.2. Fundamento filosófico

Los comienzos de Noti-Manta y La Voz radio Manta, aunque son de diferentes formas, son casi simultáneos. Radio La Voz, surgió de la denominada La Voz del Espíritu Santo, medio de comunicación que antes fue la reconocida Radio Cenit y también radio Jet

Radio La Voz del Espíritu Santo, que funcionaba con tendencia religiosa, después de cambiar de nombre a Radio La Voz, pasó a ser una radio con contenido variado, que fue desde el noticioso, deportivo y de una programación casi completa.

Con su contingente completo, en enero de 2016, Radio La Voz, migró a la web con su página propia, con presencia en cada una de las redes sociales existentes y comunes en el medio, y que están al alcance de los más de 159 mil seguidores cibernautas que hasta la fecha dice poseer. Es decir, tiene más del 50 % de seguidores de los 258.482 mil habitantes, que en la actualidad tiene Manta.

Los contenidos noticiosos y de programación son variados y son expuestos en la Web., mientras se hace programación en la radio que funciona en el edificio Jacob Vera de la avenida Malecón en Manta.

Noti Manta, que nació en octubre de 2015, fue un medio que se creó en la Web., es decir, es un medio de comunicación nativo en la internet. Aunque al inicio intentó mostrar coberturas variadas, al parecer, la falta de presupuesto, ha ido mermando ese objetivo.

En la actualidad, sólo muestra detalles de notas de crónica roja o judicial que se generan en Manta y en cantones cercanos. Es decir, se intenta mostrar hacia sus seguidores con un interés geográfico comunicacional.

Noti Manta, además de contar con su dirección web., tiene presencia en cada una de las redes sociales existentes. Su mayor soporte, a pesar de tener su página web., está en la red social Facebook, donde cuenta hasta la fecha con más de 170 mil seguidores.

2.3. Fundamentos teóricos

Rutinas productivas del periodismo en los cibermedios. El periodismo empleado para informar y entretener, también es parte de una evolución y trascendencia en el mundo.

La historia narra la evolución del mundo en sus diferentes aspectos, pero es el periodismo, el que sin duda alguna, trata de captar desde cada una de las ópticas, los procesos de cambios, para bien o para mal en una sociedad.

Para Salavarría y Sancho (2007), los cambios que sufrió el periodismo con el pasar de los años, también son evidentes en la red, donde son más connotativos y donde incluso se le da más importancia a la belleza y armonía estética de cada página

donde se exponen las noticias, debido a que importa mucho más el equilibrio, cohesión y coherencia de sus distintos elementos.

Para Canga Larequi (2001), el periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia y asegura que todos estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos, y que además, es la tecnología la que marca, en muchos casos, los ciclos evolutivos de determinados avances y la que acorta la duración de los mismos cada vez a mayor velocidad.

Y en ese cambio consta la participación de los medios de comunicación en la internet, donde adoptan la figura de cibermedios, con rutinas casi similares a las practicadas por años.

Masip (2005), dice que en esta etapa los periodistas reconocen la utilidad de internet como fuente de información, aunque recalca que “no sustituye a ningún otro medio anterior, sino que se añade a los ya existentes”.

Además dice que con la velocidad con la que internet permite acceder a la información ha provocado que, especialmente en el caso de la prensa escrita, los periodistas no renuncien a la red para recopilar información adicional que complemente la noticia.

Cabe recalcar que a más de medios de comunicación informativos, en la web., existen distintas especialidades del periodismo que responden a la urgencia que tienen los lectores, los radioyentes y los telespectadores, para asimilar los cambios culturales, científicos, económicos, sociales y políticos que nos ha traído la segunda mitad del siglo XX'. (Edo, 1999)

Edo (2009), sostiene que la WWW, cambió el ritmo de vida de las personas en el mundo, debido a que “antes se dependía del prestigio de las radios, del periódico y la televisión”, pero en la actualidad, “los cibermedios se adelantan a cualquier otro formato con una actualización constante”(p.2).

2.4. La interacción de la noticia en la Web. Y los cibermedios

Edo (2009, p.3a), sostiene que con la Web., se presenta información interactiva e instantánea y con diferentes propuestas, en cambio Castells (2000,p.17) afirma que Internet se convirtió en el corazón de articulación de los distintos medios, de los multimedia, donde interactúa y canaliza información de diferente índole y en determinado tiempo.

Un estudio europeo denominado Mediascope, realizado por la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA) en diez países europeos y con 9.000 entrevistas, de las que mil son españolas, se concluye que internet tiene un consumo elevado, constante y heterogéneo y que 178 millones de europeos –un 60 por cien-, de los que 18,4 millones son españoles, se conectan regularmente a internet una media de 12 horas semanales, frente a las 11,7 horas dedicadas a la televisión, las 10,9 de la radio, las 4,4 de la prensa y las 3,6 de las revistas en el mismo espacio de tiempo (Edo, 2009,p7,b).

En ese sentido, (Castells, 2000,p.18,b), menciona que lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos.

Así, los medios tradicionales, tuvieron que, además de captar la atención de sus usuarios con el papel, pasar a ocupar espacios en la web. Un ejemplo de aquello, fue diario El País de España, que el 4 de mayo de 1996. Dos años antes en 1994, el Boletín Oficial del Estado y la revista cultural valenciana El Temps recibieron su bautismo digital (Salaverría & Sancho, 2007).

2.5. Cibermedios

Con la evolución tecnológica el periodismo se volvió más accesible a las poblaciones del mundo, debido a que, a través de la conexión de la internet, se puede estar informado de cuanta información se genere en su entorno geográfico, en su país, y en general en todo el mundo y todos los idiomas.

A decir de Alonso (2010), las tecnologías afectaron al sistema de comunicación en el momento en que modificaron la manera en que se producen, gestionan y consumen los contenidos y los procesos de comunicación.

Este proceso de comunicación y elaboración de información a través de medios de comunicación nativos e inmigrantes, fue denominado por Manuel Castell en su libro La sociedad de red como el nacimiento de los cibermedios.

2.6. Cibermedios nativos

Para García y González (2012), se consideran cibermedios nativos aquellos medios de comunicación que operan exclusivamente en la red y no depende, ni editorial ni financieramente, de ninguna matriz impresa o audiovisual. La mayoría presenta aún un desarrollo incipiente, que adolece de una estrategia clara de futuro. (p.154).

La consolidación de internet como soporte informativo ha contribuido a la eclosión de cibermedios nativos, con el auge de herramientas de participación social, tales como Facebook, Twitter, YouTube y Wikis. También utilizan distintas vías para obtener ingresos más allá del cobro por los contenidos o de la tradicional financiación publicitaria, tales como el apoyo de fundaciones y donaciones. Sin embargo, no hay fórmulas que garanticen el éxito de estas iniciativas online, a menudo vinculadas a pequeñas empresas de comunicación. Internet presenta infinidad de posibilidades para la información y el entretenimiento, pero muy pocas opciones para su financiación. (García Avilés y González Esteban, 2012, p. 155,a)

Edo (2009), menciona que esta revolución imparables, genera como consecuencia cambios irreversibles en el periodismo, que ya no volverá a ser como lo hemos conocido hasta ahora, que tendrá que reinventarse como tantas otras veces a lo largo de la historia, pero en el que siempre habrá que preservar su esencia, ese código no escrito de principios y valores que configuran la actividad informativa (p.2 y 3c).

Segado-Boj, Díaz-Campo y Sori (2016), mencionan que desde la perspectiva de los usuarios, compartir noticias en redes sociales forma ya parte intrínseca de su proceso de consumo mediático (p.154).

Además sostiene que a su vez, las redes sociales promueven la inclusión de noticias como un elemento importante de los contenidos que sus usuarios comparten y sobre los que discuten. Así Segado-Boj, Díaz-Campo y Sori (2016), afirman que es la red social Facebook, la que se constituye en un ecosistema informativo en el que gozan de preferencia las noticias 'duras' y de última hora, frente a otro tipo de contenidos de interés humano o de opinión (p.160,a).

2.7. Cibermedios inmigrantes

El periodismo online, periodismo en la web o también los cibermedios e incluso periodismo en red, llegó a la internet con el objetivo de economizar los rubros económicos que demandaba tanto, en radio, televisión y prensa escrita.

A este tipo de cambios se les denominó inmigración del papel a la web., muy diferente a los medios que nacieron en la misma web. Estas publicaciones buscaban economizar debido que la Internet, como medio, no exige grandes inversiones, asimismo buscaban captar la atención de un público más joven para el que está disponible la información las 24 horas del día. (Revilla Guijarro, 2009, p. 19)

2.5. Los cibermedios y sus rutinas productivas

Según estadísticas de Technorati expuestas por Edo (2009), hay en todo el mundo unos 133 millones de blogs, de los que el 48 % son estadounidenses, el 27 % europeos y el 13 % asiáticos. El cuarto lugar lo ocupa Latinoamérica y el porcentaje de África es del 0 %: no hay registrado ninguno (p.14, d).

El informe menciona que en este entorno de la Red 2.0, el paso siguiente lo constituyen, por ahora, las redes sociales: Facebook, Friendster, My Space, YouTube, Digg o, en español, Tuenti, Menéame o Del.icio.us, entre otras muchas generales y específicas que, según datos de Nielsen/NetRatings tienen decenas de millones de visitantes.

Casero - Ripollés (2012), afirma que datos de estudios revelan, el sólido arraigo de la gratuidad en el acceso a las noticias entre el público joven, lo que supone un problema grave para la financiación de los medios, en general, y de los diarios, en especial, puesto que afecta a su modelo de negocio (157).

Así, los cibermedios han tenido que aplicar, lo que en su conjunto Hernández y Fransi, (2014) lo define diciendo como un medio glocal, es decir, dando a conocer detalles sobre la noticia que se genera en su entorno, y en varios aspectos, de interés al colectivo que les sigue.

2.6. Los cibermedios en América

La tecnología ha originado cambios, hasta en las formas de obtener la información que se genera de manera diaria en alguna ciudad o estado. Antes, el periódico o la

televisión y de manera primordial la radio, eran los llamados a cumplir este rol. En la actualidad, es a través del computador, sea estable o portátil y con mayor costumbres el celular, es donde se busca estar informados.

Para Said y Arcilla (2011) la visibilidad y la popularidad de un cibermedio pueden ser medidas por el número de enlaces que recibe de otros sitios web, del número de páginas publicadas e indexadas por este medio; así como por el número de visitas que recibe un sitio y el número de páginas servidas por éste.

La mayoría de cibermedios optan por tener conexiones con las distintas redes sociales, para de esta forma ser atractivas, especialmente para el público joven, que es el que navega con mayor frecuencia.

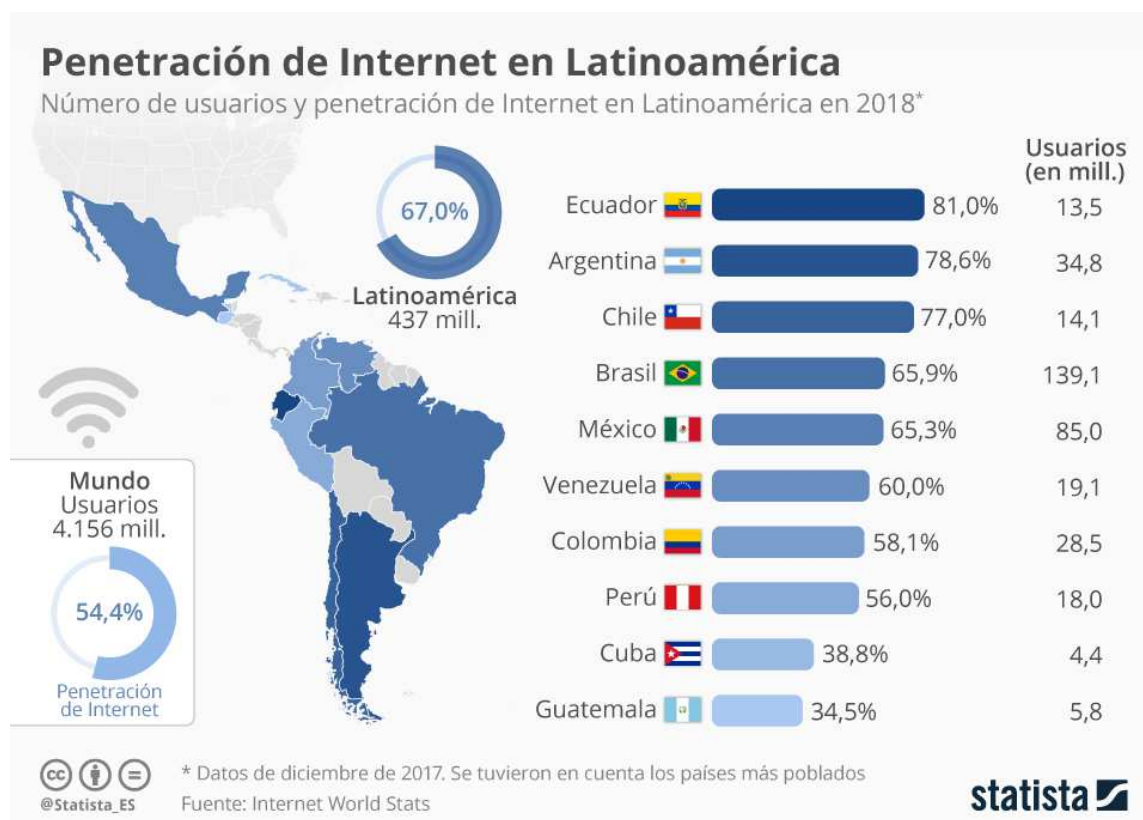
Ante ello, Tejedor - Calvo (2010), sostiene que cerca del 56% de los medios que tienen presencia en redes sociales poseen alguna referencia, directa y/o indirecta, a ellas en su página de inicio, además afirma que este aspecto resulta de interés en la medida en que subraya la importancia que se confiere a estos espacios colaborativos propios de la web 2.0.

En su informe Tejedor - Calvo (2010) añade que en iberoamérica, las redes sociales con mayor presencia son Facebook y Twiter, y con ello coincide Noguera Vivo (2010), quien sostiene que prueba de aquello, es que en un estudio de comScore en agosto de 2009, más del 21% de la publicidad en Internet durante julio de ese año apareció en este tipo de plataformas, y de ésta más del 80% lo hizo sólo en MySpace y Facebook.

2.7. Los cybermedios en Ecuador

Según datos del Global Digital 2019 reports, elaborado por We Are Social (agencia de marketing y comunicación online) y Hootsuite (plataforma web y móvil para gestionar redes sociales), señala que el número de personas con acceso a Internet ronda los 4.388 millones en todo el mundo, es decir el 57 % de la población mundial.

Este mismo infome sostiene que 13.4 millones de personas en Ecuador, tienen acceso a la internet, esto es un 79 % de la población total que en la actualidad suma 16 millones 9800 mil habitantes.



El estudio ubica a Ecuador en primer lugar en Latinoamérica, en penetración del servicio de internet, seguido de Argentina y Chile. Asimismo, un estudio de la revista

Latina de Comunicación Social de la Universidad de La Laguna de España sostiene que nueve de cada diez periodistas ecuatorianos encuestados empleaban las redes sociales para promocionar sus contenidos, en tanto que solo unos cuatro de cada diez las frecuentaban para interactuar con la audiencia (Barredo - Ibañez, y otros, 2017).

Este estudio también señala que impera, sobre todo la opción de difundir los contenidos a través de las redes, especialmente mediante Facebook y que existe una baja interacción de los periodistas con sus audiencias.

Con la penetración de la internet en Ecuador según Rivera Costales (2013), un 70% de los medios digitales del Ecuador existentes actualiza diariamente sus contenidos informativos. Según explica Rivera Costales (2013), en Ecuador existen 133 radios, 30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales, además existen un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas y sostiene que las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; la región Sierra es donde más medios se registran.

Y sin duda es Twitter, YouTube y Facebook las redes sociales con mayor impacto de manera positiva en actividades y negocios, ante aquello Rivera (2010), sostiene que el ciberperiodismo en Ecuador, de acuerdo con las entrevistas realizadas y el análisis de contenido efectuado, se encuentra en una etapa inicial, pero con posibilidades de convertirse en una nueva forma de expresión periodística.

2.8. El periodismo digital y su incidencia en Manta.

Como un caso de mayor incidencia comunicación en redes sociales, registrada en Manta, según Rivera y Rodríguez (2016), los resultados apuntan a que la actividad de los usuarios fue clave en el proceso de producción de información; sin embargo al tratarse de una herramienta anárquica, se evidenció que no existe una contrastación de fuentes y gran parte de la información emitida respondía a cuestiones emocionales. Rivera y Rodríguez (2016), añaden que.

...las redes sociales proveen de la libertad de expresarse en distintas vías y el ciudadano no tiene la obligación de informar, el periodista sí, por ello la responsabilidad de comprobar fuentes, contrastar información y diferenciar entre esta y la opinión es una tarea que el periodista no puede esperar que desarrolle el ciudadano, sino él mismo. (p.213).

Para Arias - Robles (2014), la recomendación a través de plataformas como Facebook o Twitter, los medios y los periodistas siguen ocupando un lugar destacado en el imaginario informativo de los 'nativos digitales', quienes todavía priorizan valores clásicos de los emisores y de los contenidos.

En Manta por ejemplo, los medios de comunicación tradicionales El Diario y El Mercurio, cuentan con sus páginas web., en mayor o menor proporción. Asimismo, consta El Manaba, La Voz Radio 15-70, Noti Manta, radio Visión, radio Contacto, Son de Manta, Tv Manabita canal 30, radio Modelo y radio Universitaria.

Existen grupos de páginas institucionales, que cumplen con el objetivo de informar a sus seguidores. Entre esa constan entidades educativas, empresas y negocios personales e institucionales.

2.9. Noti Manta

La accesibilidad a la información fue una de las problemáticas en esta investigación de estos medios digitales. Así se puede conocer que Noti Manta nació en octubre de 2015, en la Web., es decir, es un medio de comunicación nativo en la internet.

Su director es Luis Briones, un ingeniero de profesión. Este medio de comunicación de corte social, en sus inicios publicó noticias con coberturas variadas y con la utilización de diferentes géneros periodísticos.

En la actualidad, sólo muestra detalles de notas de crónica roja o judicial que se generan en Manta y en cantones cercanos dirigidos a sus seguidores con un interés geográfico comunicacional.

Noti Manta, además de contar con su dirección web., tiene presencia en cada una de las redes sociales existentes. Su mayor soporte, a pesar de tener su página web., está en la red social Facebook, donde cuenta hasta la fecha con más de 170 mil seguidores.

Su personal lo conforman Jaime Pin Sánchez, licenciado en comunicación y Luis Briones, ingeniero en sistema. Sus noticias en la actualidad, van desde escritas y con video, publicadas en su página web. Y enlazadas a las redes sociales, Facebook, Twiter, Yutube, Instagram, entre otros.

2.10. Radio La Voz 15-70

La Voz Radio Manta 15-70, es un medio de comunicación inmigrante. Surgió de la denominada La Voz del Espíritu Santo, medio de comunicación que antes fue la reconocida Radio Cenit y también radio Jet en Manta.

Radio La Voz del Espíritu Santo, que funcionaba en el sector santa Martha, era un medio de comunicación con tendencia religiosa. Con el cambio de nombre a Radio La Voz 15-70, pasó a ser una radio con contenido variado, que fue desde el noticioso, deportivo y de una programación casi completa.

Con su contingente completo, en enero de 2016, Radio La Voz, migró a la web con su página propia, con presencia en cada una de las redes sociales existentes y comunes en el medio, y que están al alcance de los más de 159 mil seguidores cibernautas que hasta la fecha dice poseer.

Los contenidos noticiosos y de programación son variados y son expuestos en la Web., mientras se hace programación en la radio que funciona en el edificio Jacob Vera de la avenida Malecón en Manta.

La Voz Radio, cuenta con un personal amplio que labora en la programación variada que inicia desde las 05h00 y se extiende hasta las 20h00 en Amplitud Modulada (A.M). En su página web., expone contenido variado que va desde notas de crónica roja o judicial y enlaces varios con su programación habitual de su radio en Amplitud Modulada (A.M)

3.- METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Investigación descriptiva: Este tipo de investigación tiene como objetivo describir la naturaleza de un segmento demográfico y comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza y la composición o procesos de los fenómenos (Tamayo, 2004).

El tema en estudio permitirá ampliar y profundizar el conocimiento de lo expuesto, esto a través del soporte de trabajos previos, información y datos divulgados por diferentes tipos de medios, sean digitales o impresos, los que involucran a procesos de elaboración de información.

3.2. POBLACIÓN O MUESTRA

3.2.1. Población: La población objeto de estudio estará conformada por escritores, editores y periodistas de los cybermedios Noti – Manta y Radio La Voz Manta.

Para cumplir con este objetivo se identificará al personal que laboran en estos dos cybermedios de la ciudad de Manta

3.2.2. Muestra:

Periodistas y editores de los cybermedios Noti - Manta y radio La Voz Manta

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Encuestas:

Se realizará mediante banco de preguntas al editor y periodistas del cibermedio Noti - Manta

3.3.4. Entrevistas:

con interés a recabar información al dueño del cibermedio Noti - Manta y a escritores que apoyan difundiendo información

Bibliográfica: para fundamentar las bases teóricas de la investigación

3.4.- Métodos

Método inductivo: Por cuanto se realizará un estudio para conocer cuáles son las rutinas que realizan los periodistas y quienes administran el medio de comunicación digital Noti – Manta, cuyo target de cobertura es Manta.

Método Estadístico: Ayudará a la tabulación de los datos, la graficación e interpretación y análisis de resultados.

Método sintético: Para sacar conclusiones y recomendaciones.

VARIABLES					
VARIABLE DEPENDIENTE					
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	FUENTES	INSTRUMENTOS
CIBERMEDIO Y COMUNICACIÓN: medio por el cual se generan nuevas formas de información.	DELIMITACIÓN	MUNDIAL	¿Cuál es el nivel de aceptación de los cibermedios?	Muestra seleccionada	Encuesta
		REGIONAL			
		LOCAL			
	ALCANCE	ALTO	¿Con qué frecuencia los usuarios acceden los usuarios a los cibermedios?	internet	Entrevista
		MEDIO			
		BAJO			
	CONTENIDOS	DE GRAN INTERÉS	¿Cómo califica usted el tipo de contenidos que se publican en los cibermedios?	Muestra seleccionada	Encuesta
		POCO INTERÉS			
		NADA INTERESANTE			
VARIABLE INDEPENDIENTE					
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	FUENTES	INSTRUMENTOS
RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO: procesos que se realizan para la elaboración de contenido noticioso	SECCIONES	CULTURAL	¿Qué tipo de noticias publicadas, le atrae en los cibermedios Noti - Manta y la Voz Radio Manta?	Muestra seleccionada	Encuesta
		NACIONAL			
		LOCAL			
		CRÓNICA ROJA			
		ESPECTACULOS			
	GÉNEROS PERIODÍSTICOS	NOTICIAS	¿Qué tipo de géneros periodístico observa usted en las publicaciones de los cibermedios Noti - Manta y la Voz Radio Manta	Muestra seleccionada	Entrevista
		CRÓNICA			
		ENTREVISTA			
		REPORTAJE			
		FOTOREPORTAJE			
		NOTA INFORMATIVA			
	EQUIPOS TÉCNICOS	CÁMARAS DIGITALES	¿Qué tipo de equipos utilizan los periodistas		

		TELÉFONOS CELULARES	o reporteros de los cibermedio Noti – Manta y la Voz Radio Manta?	Muestra seleccionada	Encuesta
		OTROS			
	COBERTURAS	CONTINÚA	¿Con qué periodicidad realizan coberturas y o publicaciones en la página de los cibermedios Noti – Manta y la Voz Radio Manta?	Muestra seleccionada	Encuesta
		POCA			
		NINGUNA			

VIABILIDAD Y APLICABILIDAD

El presente trabajo de investigación plantea elaborar un informe de las rutinas productivas de los periodistas de los cibermedios Noti – Manta y la Voz Radio Manta, para elaborar sus contenidos. El cibermedio Noti – Manta, un medio de comunicación alternativo ofrece información a 160.863 seguidores que observan sus contenidos en FanPage.

Los cibermedios, han copado la atención de millones de seguidores en el mundo, y en Ecuador, la tendencia es similar.

Para exponer la forma en que realizan sus coberturas diarias, se efectúa un seguimiento general del trabajo con entrevistas a periodistas y editores que laboran en el cibermedio como objeto de estudio

El contenido teórico se obtendrá de datos bibliográficos, trabajos científicos y de expertos en el tema. Desde el punto de vista institucional, se contará con aportes de profesionales que han desarrollado, respecto al tema expuesto

4. MARCO ADMINISTRATIVO

4.1.- Recursos, 4.1.1 Humanos; 4.1.2 Materiales; 4.1.3 Económicos: Presupuesto y Financiamiento; 4.2 Cronograma; 4.3 Bibliografía y 4.4 Anexos.

INSTITUCIONALES	HUMANOS	MATERIALES	FINANCIEROS
<ul style="list-style-type: none"> • Editores y periodistas del cibermedio Noti - Manta. • Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigador • Director de tesis. • Docente tutor • Especialistas • Profesores 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Impresora • 100 hojas bond tamaño INEN A4 • Grabadora • Cámara fotográfica • Libros • Tesis • Materiales de oficina • Fichas • Copias bibliográficas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigadores \$ 600,00

RUBROS DE GASTOS	VALORES EN DOLARES
Personal de apoyo	140.00
Internet	20.00
Material de escritorio	20.00
Material Bibliográfico	20.00
Transporte	240.00
Transcripción del informe	30.00
Imprevistos	130.00
TOTAL	600.00

CAPÍTULO V

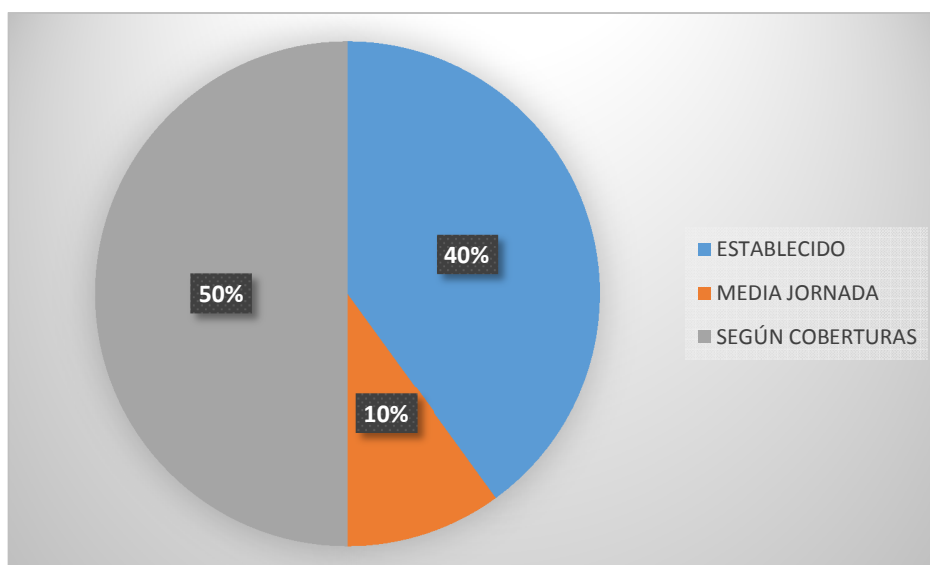
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS ENCUESTA DIRIGIDA A PERIODISTAS Y EDITORES DE LOS CIBERMEDIOS NOTI – MANTA Y RADIO LA VOZ DE MANTA.

Los encuestados componen el mayor porcentaje de los trabajadores, entre los que constan periodistas y editores de los cibermedios La Voz Radio y Noti Manta, cuyas sedes están ubicadas en la ciudad de Manta.

La opinión de la muestra escogida es proporcionada bajo la percepción acerca del tema “Rutinas productivas del periodismo en los cibermedios Noti Manta y La Voz Radio de Manta”.

1. ¿Qué horarios de trabajo cumplen los periodistas de los cibermedios Noti Manta y La Voz radio Manta?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTABLECIDO	8	40%
MEDIA JORNADA	2	10%
SEGÚN COBERTURAS	10	50%
TOTAL	20	100%



Fuente: Población de los Cibermedios La Voz Radio y Noti Manta

Realizado por: Geomara Melissa Sabando Vélez

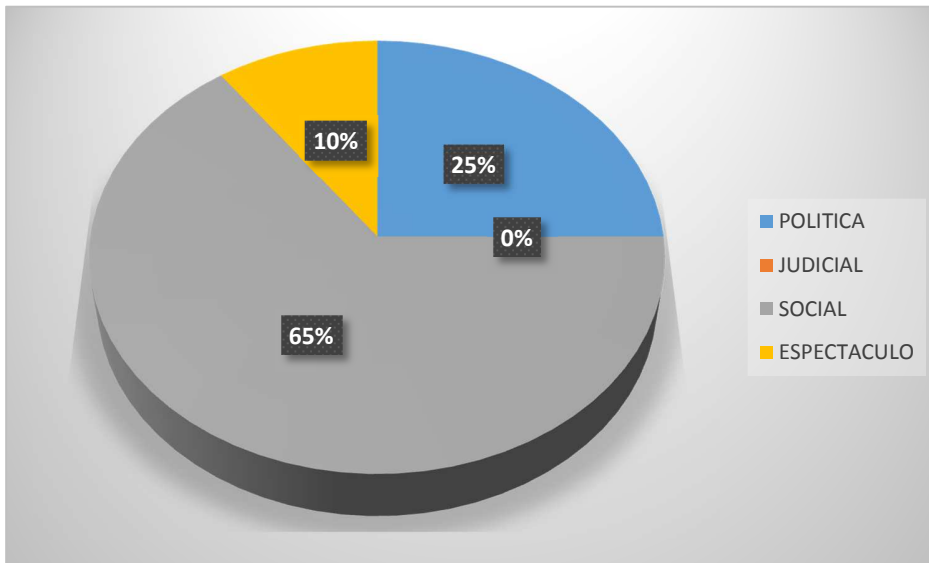
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los trabajos actuales, tienen que ver mucho con la tecnología, y el periodismo no está exento de aquello. En la encuesta realizada, el 40 % dijo que cuenta con un horario establecido en su medio de comunicación que tiene presencia en la web., frente a un 10 % que aseguró cumplir una media jornada de labores en su medio de comunicación con presencia en la web.

El 50 % de los encuestados aseguró ejecutar su labor periodística, según las coberturas que realiza, es decir, según la importancia de la información que cubre a diario.

2. La información que usted cubre es en su mayoría

OPCIONES	FRECUENCIA	%
POLITICA	5	25%
JUDICIAL	0	0%
SOCIAL	13	65%
ESPECTACULO	2	10%
TOTAL	20	100%

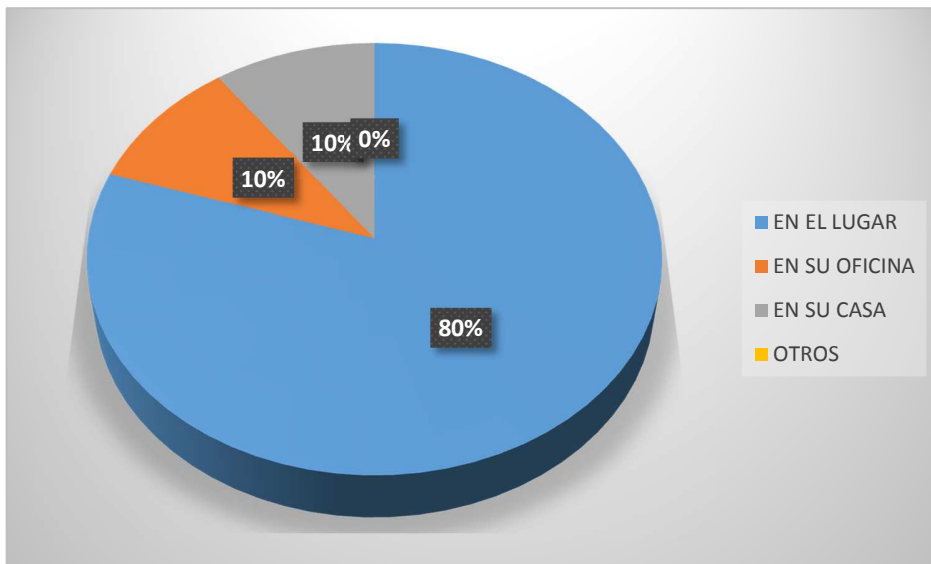


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los cibermedios, en su mayoría, escogen tipo de nichos o sectores de la población para de esa forma elaborar sus trabajos periodísticos. En la encuesta efectuada, el 25 % dijo cubrir noticias relacionada con la política, mientras que un 10 % dijo elaborar noticias sobre el espectáculo. El 65 % aseguró dar cobertura a notas sociales. Es una realidad que estos cibermedios dan cobertura a las notas judiciales o de crónica roja, pero sobre esa interrogante ninguno dijo dar coberturas a este tipo de noticias.

3. En sus coberturas, según se dé el caso. Usted elabora la información

OPCIONES	FRECUENCIA	%
EN EL LUGAR	16	80%
EN SU OFICINA	2	10%
EN SU CASA	2	10%
OTROS	0	0%
TOTAL	20	100%



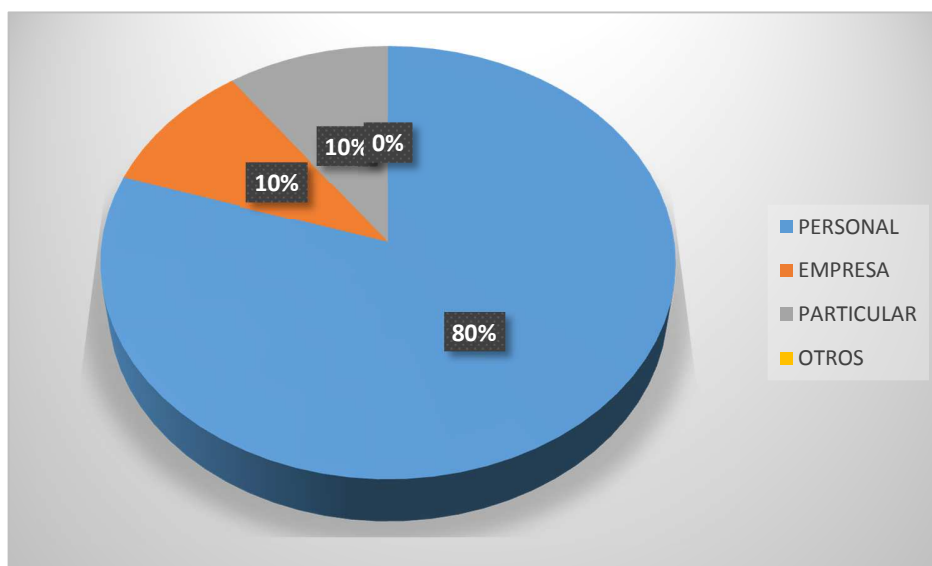
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La noticia en la actualidad es inmediata, es por esa razón que esta interrogante va dirigida a los periodistas y editores de los cibermedios Noti Manta y La Voz Radio Manta donde se les consulta donde se elabora la noticia.

Un 80 % de los consultados dijo elaborar las noticias en el lugar del suceso para proceder a publicarla de manera inmediata, un 10 % aseguró que elabora la noticia para publicarla en su oficina y otro 10 % sostuvo que después de la cobertura respectiva elabora su noticia en su casa. Esto denota que la noticia es inmediata para sus seguidores.

4. El transporte en que usted se moviliza es

OPCIONES	FRECUENCIA	%
PERSONAL	16	80%
EMPRESA	2	10%
PARTICULAR	2	10%
OTROS	0	0%
TOTAL	20	100%

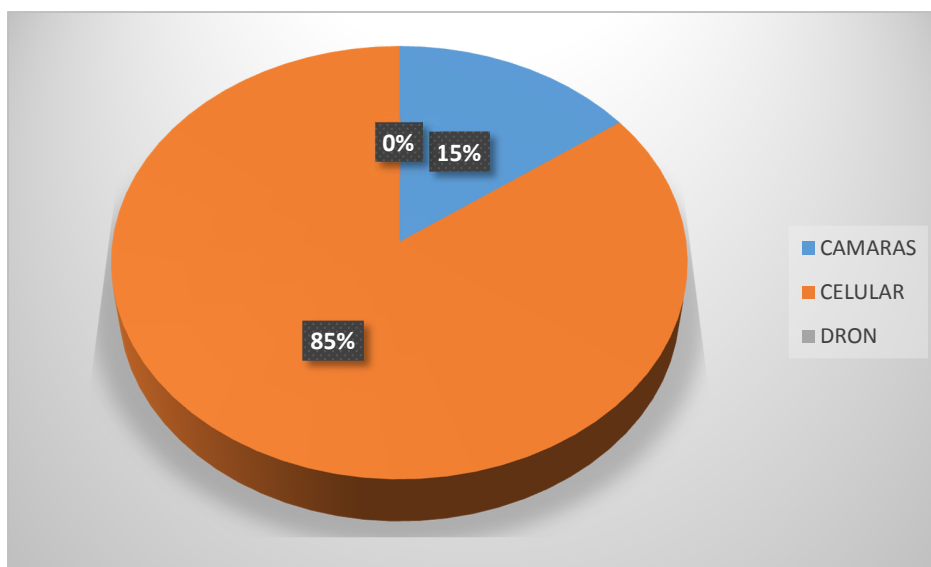


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La logística para el traslado a las diferentes coberturas para el personal de los diferentes cibermedios es importante. En la interrogante de quién es el vehículo en que se transportan a realizar sus diferentes coberturas, los encuestado en un 80 % respondieron que son de su propiedad, n 10 % dijo que las unidades de transporte son de la empresa, mientras que el 10 % restante aseguró que son alquilados u otros.

5. Para obtener la información qué equipos le proporciona en su medio poder obtener la información?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
CAMARAS	3	15%
CELULAR	17	85%
DRON	0	
TOTAL	20	100%

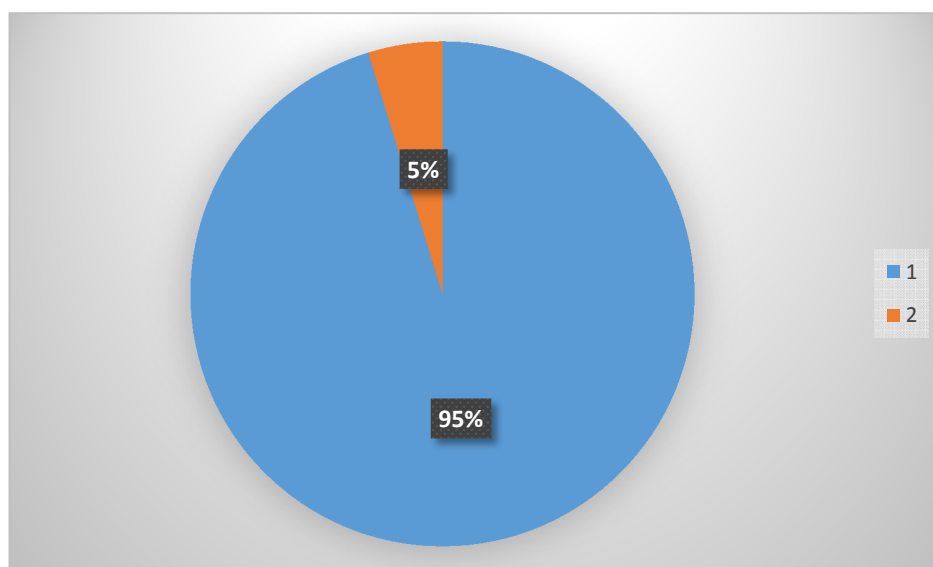


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La tecnología es primordial, para hacer más eficaz el trabajo periodístico a la hora de la elaboración de las notas periodísticas. De acuerdo a los resultados logrados, es por ello, que los encuestados dijeron que para obtener la información, para de manera posterior publicarla, ellos utilizan en un 15 % cámaras fotográficas digitales, mientras que un 85 aseguró trabajar con su teléfono celular. Ninguno dijo poseer un dron.

6. El medio en que usted labora ha tenido reclamos alguno, en referencia a la afectación de las normativas jurídicas de comunicación y la honra de persona o institución alguna

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	1	5%
NO	19	95%
TOTAL	20	100%



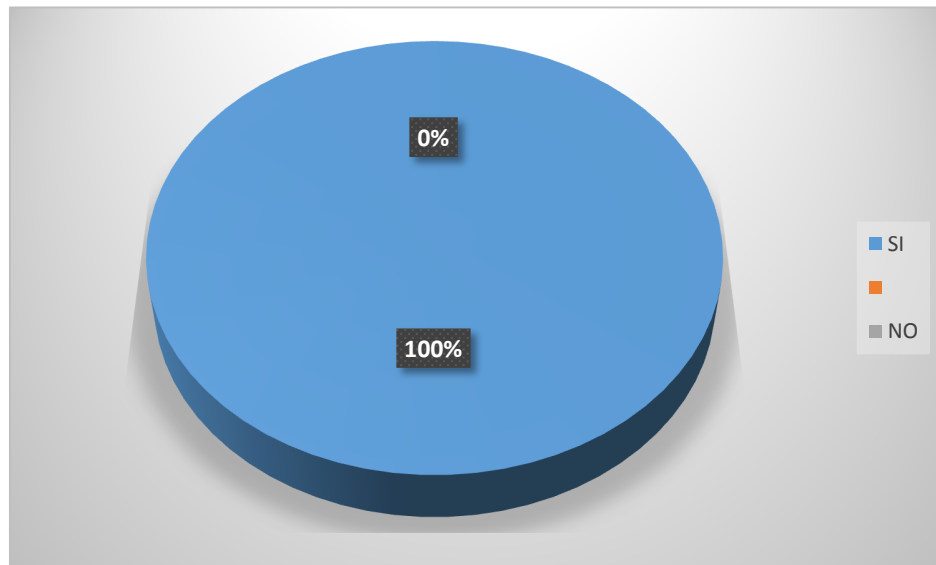
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A pesar de los pocos años que llevan los medios de comunicación de la web., no están exentos de reclamos por publicaciones que, según los involucrados han originado una querrela jurídica por alguna razón.

Sobre la encuesta que si en alguna oportunidad los cybermedios Noti Manta y La Voz Radio en Manta, han tenido reclamo alguno, por presuntamente afectar las normativas jurídicas de comunicación y la honra de persona o institución alguna el 5 % de los encuestados dijo si haber tenido algún tipo de reclamo por alguna publicación, mientras que el 85 % aseguró que en ninguna oportunidad tuvo reclamo alguno por publicaciones que afecten a algún ciudadano

7. Ha participado en talleres sobre la Ley de Comunicación?.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

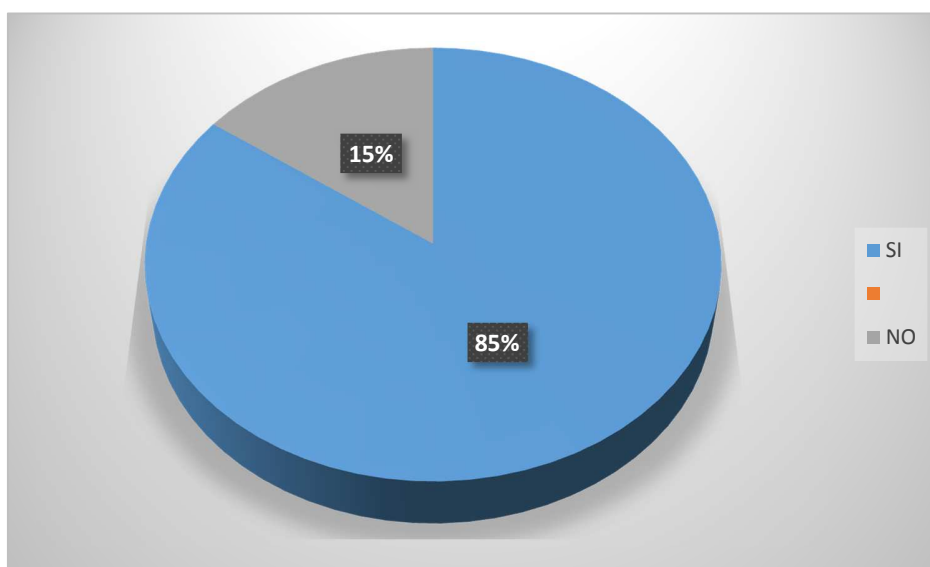


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La capacitación sobre normas jurídicas vinculadas con el periodismo, es muy importante para el desarrollo de un buen periodismo. Los encuestados sobre este tema respondieron que un 100 % han asistido a capacitaciones vinculadas con leyes que se enmarcan con la Ley de Comunicación.

8. ¿En su medio de comunicación aplican la responsabilidad ulterior?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

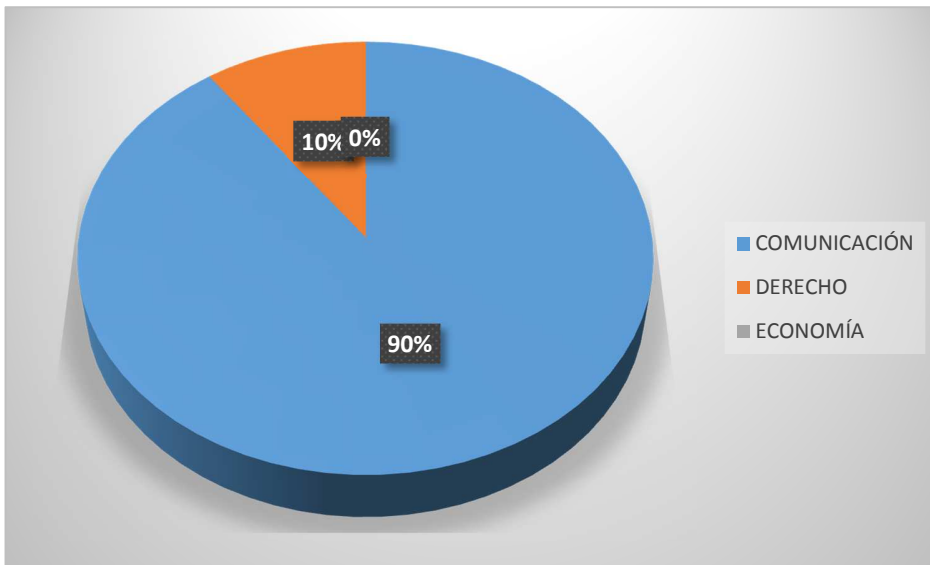


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El conocimiento de la responsabilidad ulterior que es una de las bases fundamentales a la hora de ejercer el periodismo es muy importante. Los encuestados de los cibermedios objetos de estudio señalaron en un 85 % que aplican la responsabilidad ulterior a la hora de ejercer esta profesión. Un 15 % señaló desconocer el tema.

9. ¿En qué tipo de talleres ha participado en los últimos meses?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
COMUNICACIÓN	18	90%
DERECHO	2	10%
ECONOMÍA	0	0%
TOTAL	20	100%

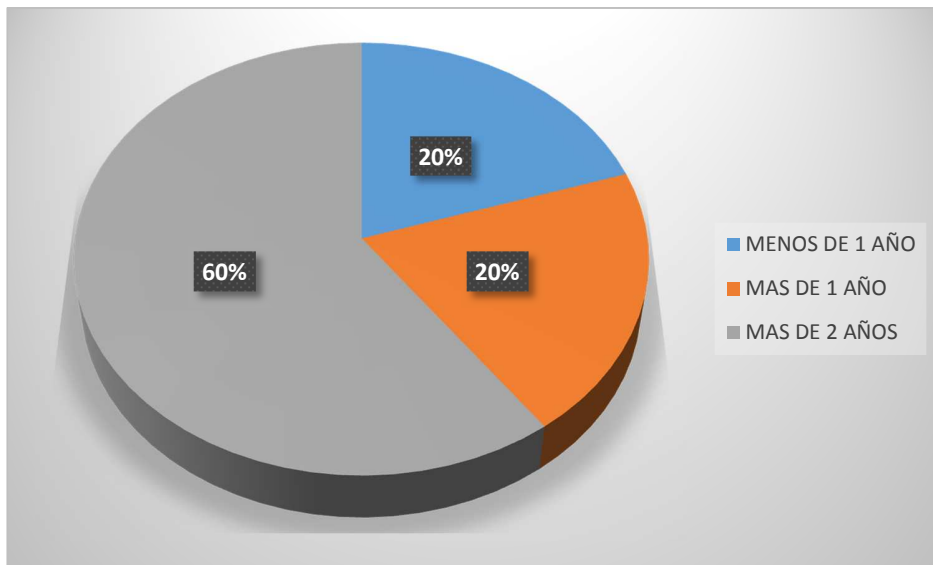


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La preparación de los periodistas en general tiene que ser continua. Los encuestados de los cibermedios señalan que un 90 % recibió talleres sobre comunicación, mientras que un 10 % aseguró haber recibido capacitación en derecho. Todos coinciden en no haber recibido capacitación en economía

10. Qué lapso tiene usted laborando en este medio de comunicación digital?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
MENOS DE 1 AÑO	4	20%
MAS DE 1 AÑO	4	20%
MAS DE 2 AÑOS	12	60%
TOTAL	20	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

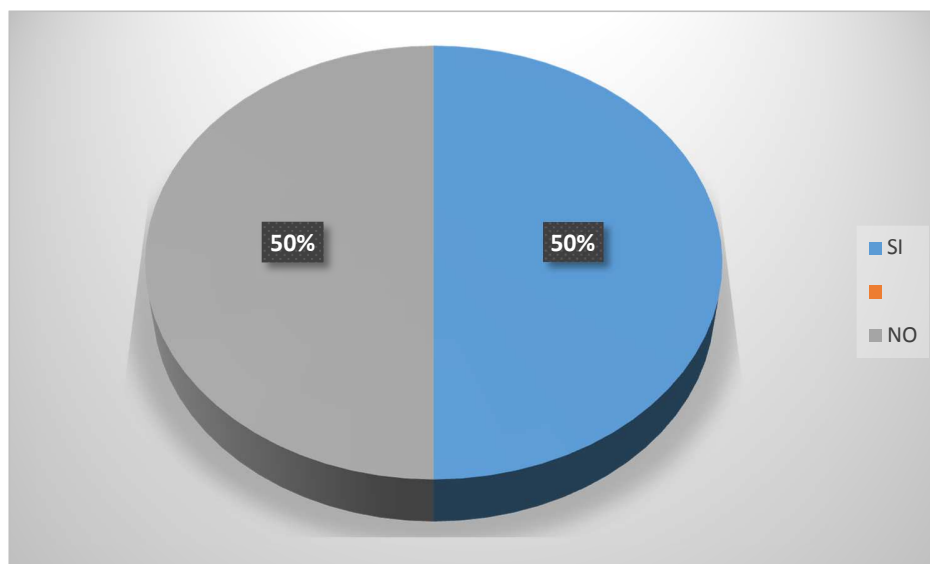
Los cibermedios tienen poco tiempo de haber entrado en vigencia de manera mayoritaria en el Ecuador y es sabido que en Manabí, a excepción de los medios tradicionales que crearon sus propias páginas webs., los cibermedios pequeños comenzaron a ser fuerza desde hace un poco más de una década.

Por eso se indaga sobre el tiempo tienen los periodistas laborando en los cibermedios objeto de este estudio. Sobre esta interrogante, un 40 % dijo tener menos de un año.

Un 40 % también dijo tener más de un año y un 60 % aseguró estar laborando en su puesto de trabajo por más de dos años.

11. ¿Para la manipulación de equipos tecnológicos que utiliza en sus coberturas, usted participó de algún curso didáctico?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	10	50%
NO	10	50%
TOTAL	20	100%



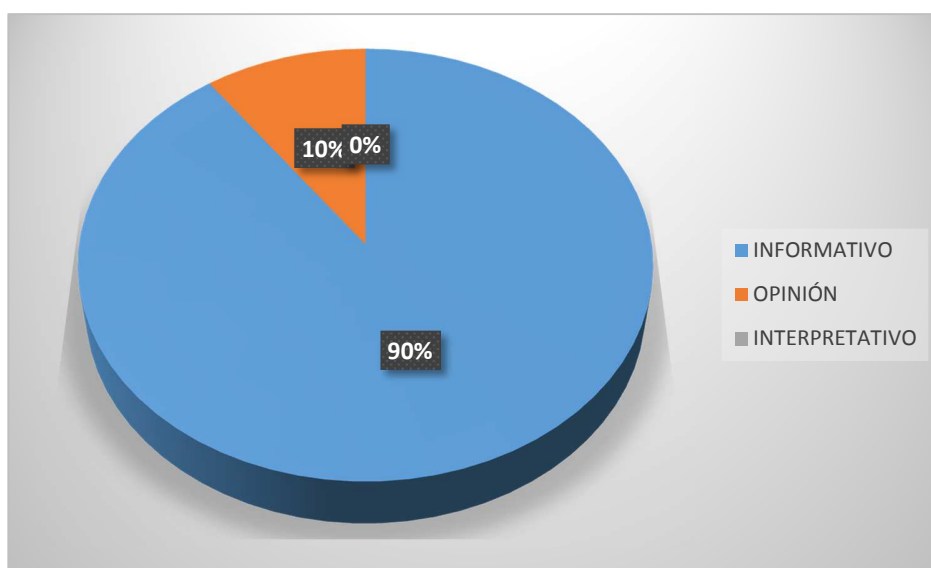
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La tecnología no sólo que tomó de improviso a muchos, y el sector periodístico no fue la excepción. La mayoría tuvo que pasar de utilizar equipos técnicos a tecnológicos como por ejemplo cámaras, videograbadoras e incluso grabadoras, todo desde el ámbito digital e incluso de última tecnología.

Un 50 % de los periodistas de estos medios de comunicación digitales objeto del estudio dijeron haber recibido capacitación para manipular los equipos tecnológicos que en la actualidad utilizan, mientras que un 50 % dijo no haber recibido capacitación.

12. Qué géneros periodísticos utiliza para la elaboración de sus notas periodísticas

OPCIONES	FRECUENCIA	%
INFORMATIVO	18	90%
OPINIÓN	2	10%
INTERPRETATIVO	0	0%
TOTAL	20	100%



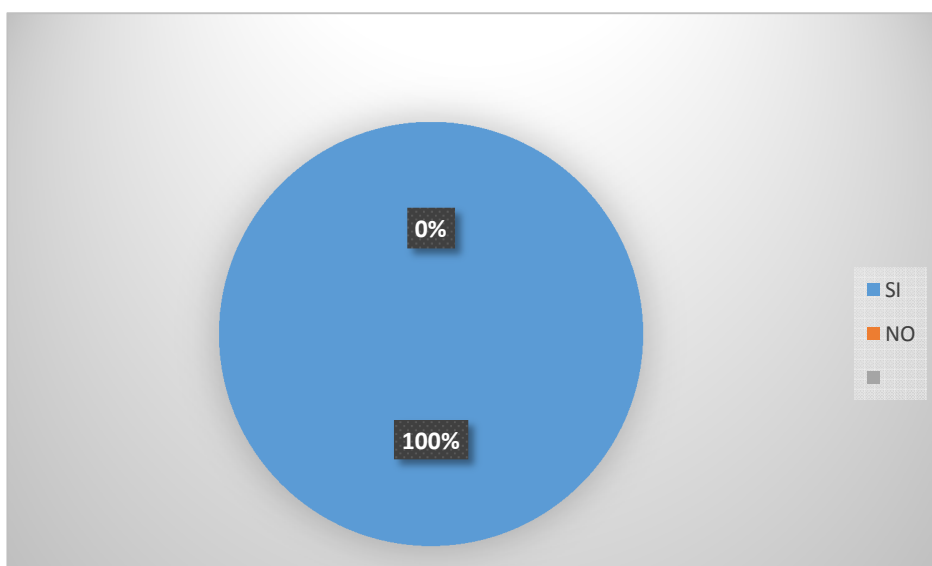
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La noticia tiene que ser corta y precisa en la web. Para ellos existen nuevos lineamientos para ser tratada la información a publicar. La siguiente interrogante busca conocer que género periodístico utilizan los periodistas de los cybermedios de Manta.

El 90 % aseguró utilizar géneros informativos para llama la atención de sus seguidores, mientras que el 10 % aseguró utilizar géneros de opinión. Todos coincidieron en no utilizar géneros de interpretación.

13 ¿Desearía participar el curso didáctico sobre medios tecnológicos y Ley de Comunicación?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%



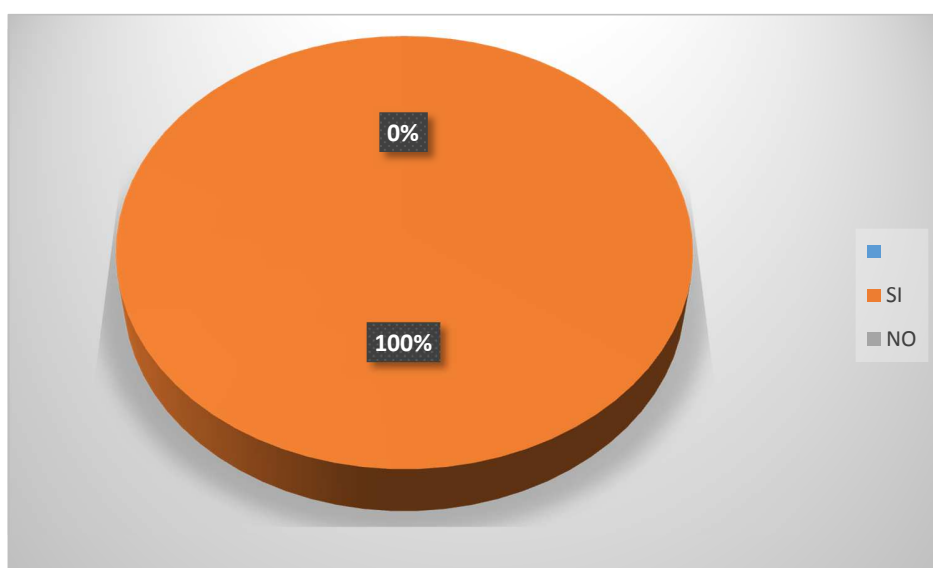
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Sobre la capacitación, el 100 % de los encuestados dijo estar interesados en participar en un proceso de capacitación sobre diferentes aspectos de los medios de comunicación que tienen estadía en la web.

Hoy en día, los periodistas, deben conocer sobre todos los aspectos terminológicos, para transcribir y transferir información de primeras, más sin olvidar los principios éticos de la profesión.

14 ¿Su medio de comunicación digital publicita negocios con fines comerciales?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

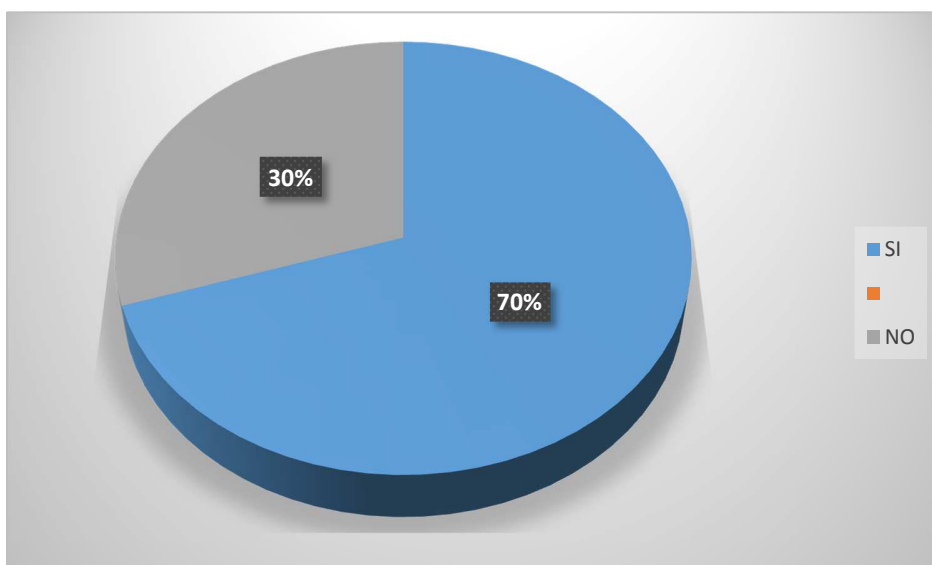


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los medios de comunicación buscan réditos económicos en función de sus actividades. Los encuestados aseguran que en un 100 %, los medios de comunicación en donde trabajan realizan difusión publicitaria de entidades comerciales con fines comerciales.

15. Sabe usted que es un cibermedio nativo

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	14	70%
NO	6	30%
TOTAL	20	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

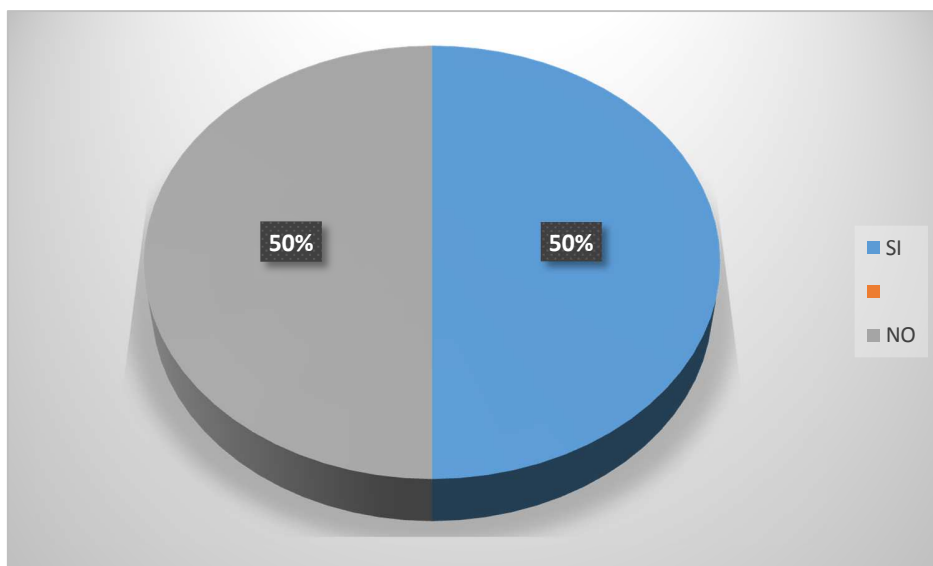
Los medios de comunicación que surgieron en la web., sin antes haber tenido actividad alguna de manera normal, se denominan nativos, porque su nacimiento fue en la internet.

El 70 % de los encuestados dijo conocer qué es un medio de comunicación nativo.

El 30 % dijo no conocer que es un medio de comunicación con esas características

16. Sabe usted que es un cibermedio inmigrante

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	10	50%
NO	10	50%
TOTAL	20	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un medio de comunicación inmigrante, se le denomina a los medios de comunicación que hacían actividad normal en los denominados Mass Comunicación o medios de masas, y con la llegada de la tecnología, se mudaron a la web. En el mundo hay millones de ese tipo de medios de comunicación.

En la encuesta dirigida a los periodistas y editores de los cibermedios Noti Manta y La Voz, un 50 % dijo conocer que es un medio de comunicación inmigrante y un 50 % dijo no conocer que es un medio de comunicación de este tipo.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que las rutinas productivas de los periodistas de los cibermedios objeto de estudio, se desarrollan en base al interés de la información que se genere y que son de mayor interés a la población. Es evidente que las noticias que más interesan a sus seguidores son las de corte judicial o de crónica roja
- ✓ Los hechos violentos, son los que captan el mayor interés dentro de los cibermedios Noti Manta y La Voz Radio Manta. Estas publicaciones, son de corte de crónica roja.
- ✓ Las secciones de mayor interés en los seguidores de los cibermedios objetos de estudio son las que se suscitan y son de corte de crónica roja.
- ✓ El género que se utiliza en las publicaciones es el informativo. Eso es común en cada uno de los dos medios de comunicación digital objetos del estudio.
- ✓ Los periodistas han tenido preparación en varios campos de la comunicación, por esta razón, el 50 % del porcentaje parte del estudio, asegura que para ejercer esta labor con la tecnología actual y no necesitó tener algún tipo de capacitación.
- ✓ Se concluye que la mayoría desconoce que es un cibermedio nativo y que es un cibermedio inmigrante.

6.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda capacitar a los periodistas en temas de responsabilidad ulterior y normas jurídicas y deontológicas para que puedan mejorar sus rutinas productivas.
- ✓ Se sugiere dar a conocer en el interior de sus empresas, qué tipos de medios de comunicación son los generadores de información, debido a que los periodistas desconocen este dato
- ✓ Las rutinas productivas se desarrollan en base a la necesidad de informar y con detalles sólo informativo, en ese aspecto se recomienda capacitar a los comunicadores para que apliquen otros géneros periodísticos en sus noticias.
- ✓ Se sugiere dar cobertura a otros tipos de información para verificar si se tiene correspondencia del público internauta.
- ✓

7. BIBLIOGRAFÍA

(sf.).

Alonso, J. (2010). *Evolución tecnológica y cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social.

Arias - Robles, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso . *Palabra Clave*, 875-894.

Barredo - Ibañez, D., Díaz - Cerveró, E., Pinto - Garzón, K. T., Del Rosario Gómez, R., Pérez, S., Nava, F. E., . . . Estrada, L. G. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 273 a 294.

Canga Larequi, J. (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. En D. J. LAREQUI, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (págs. 33- 48). España: Universidad del País Vasco.

Cantos García, J., & Cumba Castro, E. (2018). El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ*, 115-129.

Casero - Ripollés, A. (5 de marzo de 2012). <http://rabida.uhu.es>. Obtenido de Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6227/Mas_alla_de_los_diarios.pdf?sequence=2

Castells, M. (7 de octubre de 2000). *s3.amazonaws.com*. Obtenido de INTERNET Y LA SOCIEDAD RED : https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34314728/INTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190606%2F

Edo, C. (1999). Madrid: Departamento de Humanidades y Comunicación Universidad Carlos III.

Edo, C. (2009). *La noticia en internet: cibermedios, blogs y entornos comunicativos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

García Avilés, J. A., & González Esteban, J. L. (2012). *Cibermedios nativos españoles: explorando modelos de rentabilidad*. Barcelona: Trípodos.

Hernández Soriano, F., & Fransi, E. C. (sf de enero de 2014). *Historia y Comunicación Social*. Obtenido de Evaluación de las herramientas Web 2.0 en el periodismo digital: el caso de VilaWeb: https://www.google.com/search?rlz=1C1GIGM_enEC792EC792&ei=vmL5XJnsN-u9ggeI9bzQDQ&q=Evaluaci%C3%B3n+de+las+herramientas+Web+2.0+en+el+periodismo+digital%3A+el+caso+de+VilaWeb&oq=Evaluaci%C3%B3n+de+las+herramientas+Web+2.0+en+el+periodismo+digital%3A+el+caso

- Lamarca Lapuente, M. J. (29 de julio de 2018). *La historia de la internet*. Obtenido de <http://www.hipertexto.info>: http://www.hipertexto.info/documentos/h_internet.htm
- Masip, P. (2005). Rutinas periodísticas e internet en la información diaria. En P. Masip, *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. (págs. 561-576). Catalunya: Trípodas.
- Milán, J. A. (21 de enero de 2006). *Historia de la internet*. Obtenido de <http://cv.udl.cat>: <http://cv.udl.cat/cursos/elsmijtjans/t1/docs/internet2.pdf>
- Noguera Vivo, J. M. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 176 -186.
- Revilla Guijarro, A. (2009). *Retos del periodismo digital. reflexiones desde la universidad*. Aragón: Asociación de Prensa de Aragón.
- Rivera Costales, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*, 111-117.
- Rivera Rogel, D., & Rodríguez Hidalgo, C. (2016). Periodismo ciudadano a través de Twitter. Caso de estudio terremoto de Ecuador 16 de abril de 2016. *Revista de Comunicación*, 198 -215.
- Rivera, D. (2010). EVOLUCIÓN DEL CIBERPERIODISMO EN ECUADOR A TRAVÉS DE LOS PERIODICOS DE LOJA. *Razón y Palabra*, 1-16.
- Roger Monzó, V. (sf de sf de 2010). *drive.google.com*. Obtenido de drive.google.com: https://drive.google.com/file/d/1Gm4247_SvWIDJlepQyPvwXS3-ivp3G_X/view
- Said, E., & Arcilla, C. (2011). Los cibermedios en América Latina y la Web 2.0. *Revista Científica de Educomunicación*, 125 - 131.
- Salavarría, R., & Sancho, F. (2007). *Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet*. España: Universidad de Navarra.
- Salaverría, R., & Sancho, F. (2007). *Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet*. Navarra - España: Editorial de la Universidad del País Vasco. Obtenido de *Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet*.
- Segado-Boj, F., Díaz-Campo, J., & Sori, M. (13 de julio de 2016). *hal.archives-ouvertes.fr*. Obtenido de *La viralidad de las noticias en Facebook: Factores determinantes*: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01345518/document>
- Tamayo Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Tejedor - Calvo, S. (2010). Web 2.0 en los ciberdiarios de América Latina, España y Portugal. *www.researchgate.net*, 610 -619.
- Trigo Miranda, V. (sf de sf de 2004). *Historia y evolución del internet*. Obtenido de www.acta.es: https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/033021.pdf
- Tunéz López, M., & Martínez Solana, M. Y. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes. *Zer*, 37 -54.

ANEXOS



Cuestionario previo a la obtención del título de licenciado en periodismo, dirigido a los trabajadores de los cibermedios La Voz Radio y Noti Manta.

SELECCIONE LA RESPUESTA QUE USTED CONSIDERE.

1. ¿Qué horarios de trabajo cumplen los periodistas de los cibermedios Noti Manta y La Voz radio Manta?

Establecido Media Jornada Según las coberturas

2. La información que usted cubre es en su mayoría

Política Judicial Social Espectáculo

3. En sus coberturas, según se dé el caso. Usted elabora la información

En el lugar en su oficina en su casa otros

4. El transporte en que usted se moviliza es

Personal Empresa Particular Otros

5. Para obtener la información, para de manera posterior publicarla, usted utiliza

Cámaras Celular Dron

6. El medio en que usted labora ha tenido reclamos alguno, por presuntamente afectar las normativas jurídicas de comunicación y la honra de persona o institución alguna

SI NO

7. Alguna vez, participó en un taller sobre la Ley de Comunicación

SI NO

8. ¿En su medio de comunicación aplican la responsabilidad ulterior?

SI NO

Fuente: Elaboración propia de Encuesta



Cuestionario previo a la obtención del título de licenciado en periodismo, dirigido a los trabajadores de los cibermedios La Voz Radio y Noti Manta.

9. ¿En qué tipo de talleres ha participado en los últimos meses?

Comunicación Derecho Economía

10. ¿Qué lapso tiene usted laborando en este medio de comunicación digital?

Menos de un año Más de un año Más de dos años

11. ¿Para la manipulación de equipos tecnológicos que utiliza en sus coberturas, usted participó de algún curso didáctico?

SI NO

12. ¿Qué géneros periodísticos utiliza para la elaboración de sus notas periodísticas?

Informativo Opinión Interpretativo

13. ¿Desearía participar el curso didáctico sobre medios tecnológicos y Ley de Comunicación?

SI NO

14. ¿Su medio de comunicación digital publicita negocios con fines comerciales?

SI NO

15. ¿Sabe usted que es un cibermedio nativo?

SI NO

16. ¿Sabe usted que es un cibermedio inmigrante?

SI NO

Fuente: Elaboración propia de Encuesta



