



Carrera de Periodismo

Proyecto de investigación

Previo a la obtención del Grado de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo

Tema:

Interactividad en los periódicos nativos digitales del Ecuador

Autora:

Cindy Lisbeth Mera Toala

Tutor:

Ing. Jorge Luis Guevara Chávez. Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

2017

Uleam

Yo, CINDY LISBETH MERA TOALA, con C.I. 131576880-2, autora del trabajo de titulado: “INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS NATIVOS DIGITALES DEL ECUADOR”, previa a la obtención del grado académico de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN PERIODISMO en la facultad de Ciencias de la Comunicación:

1. Autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí a difundir a través del sitio web de la biblioteca de la ULEAM, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la universidad.
2. Declaro la originalidad del presente trabajo, mediante el uso de las citas en las cuales indican la autoría, cuyos datos se detallan de manera completa en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, autenticidad, y alcance del presente trabajo.

Manta, Diciembre 2017.

CONSTANCIA DEL APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor de tesis presentada por: la Srta. **CINDY LISBETH MERA TOALA**, para optar por el grado de Licenciada en Comunicación Social mención Periodismo, una vez revisado el contenido de la tesis, con el tema:
“INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS NATIVOS DIGITALES DEL ECUADOR.”

Doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente:

Ing. Jorge Luis Guevara Chávez. Mg.
DOCENTE - TUTOR

AGRADECIMIENTO

Gracias, a todos los que han estado conmigo desde muy pequeña, los que me han acompañado y apoyado es este camino lleno de dudas, miedos, felicidad y evolución, ustedes se han convertido en mi gran fortaleza.

Mamá - papá, gracias por todos los años que me acompañaron cada vez que tenía que madrugar y por las veces que dejaron de hacer algo, por estar ahí conmigo en esos días donde no tenía fuerza para seguir.

Gloria por ser mi compañera de vida, mi hermana, mi amiga, te admiro por tu coraje, rebeldía, y sobre todo por siempre cuidarme y estar ahí diciéndome sigue no te dejes vencer por el miedo.

Madrina, por ser mi segunda mamá, gracias por esos consejos, por su cariño.

A mis abuelos, gracias por preocuparse por nosotras.

A mi abuela Inés, a pesar de la distancia, cada vez que nos visitabas siempre me dabas un consejo y sobre todo gracias por, papá.

Ustedes son mi ejemplo a seguir, mi hogar y mi felicidad.

A esos amigos que por más de cuatro años, poco a poco se fueron introduciendo en mi corazón. Los recordaré con cariño por ser parte de todo este proceso de aprendizaje.

A ti, por estar a mi lado todos estos años.

Profesor Jorge Guevara – Tutor por ser una guía en esta última parte, donde sus recomendaciones me han servido para culminar con éxito este proceso.

Esto es por ustedes. Gracias.

DEDICATORIA

A mi mamá, Carmen Cecilia Toala Silva.

A mi papá, Milton Edmundo Mera Mendoza.

A Gloria Mera Toala.

A mi madrina, Glenda,

A mis abuelos, Gloria, Pomerio y abuelita Inés.

Y a mi tío Franklin.

Los adoro.

RESUMEN

La interactividad en los periódicos nativos digitales es una de las características que tienen los nuevos cibermedios para poder estar en contacto con la audiencia, los nuevos usuarios de la red, han dejado de ser consumidor de información, ahora buscan ser parte de la creación de contenidos, ya no solo son emisores, desean adaptarse a los cambios tecnológicos y ser una combinación, entre emisor y receptor.

En el Ecuador no se han realizado investigaciones donde se analice la interactividad de los periódicos nativos digitales, un problema que se presenta para poder estudiar los ciberperiódicos es la falta de un mapa de medios actualizado. Los datos obtenidos en esta investigación demuestran las carencias más relevantes que poseen los ciberperiódicos en cuanto a los niveles de interactividad establecido por Rost.

Contenido

AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	V
INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2. SITUACIÓN	4
3. FORMULACIÓN	4
3.1. PREGUNTA PRINCIPAL	4
3.2. PREGUNTAS DERIVADAS – SUB PREGUNTAS	4
4. DELIMITACIÓN	5
4.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL	5
4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL	5
5. OBJETIVOS	6
5.1. OBJETIVO GENERAL	6
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
6. JUSTIFICACIÓN	7
7. VIABILIDAD LEGAL	8
9. BASE TEÓRICA	9
9.1. Estado del Arte	9
Marco Teórico	12
9.2 Los periódicos en la era digital	12
9.2.1. Del papel a los ciberperiódicos	12
9.2.2. Transformación de los medios de comunicación	14
9.3. La audiencia en los ciberperiódicos	16
9.3.1. Audiencia activa participativa	16
9.3.2. La audiencia como nuevo actor en los ciberperiódicos	17
9.4. La interactividad en los ciberperiódicos	19
9.4.1. Definición del término interactividad	19
9.4.2. Tipos de interactividad	20
9.5. Ecuador: Medios Nativos digitales	22
9.5.1. Breve Reseña de la prensa ecuatoriana	22
9.5.2. Periódicos nativos digitales ecuatorianos	23

10.	MARCO METODOLÓGICO.....	26
10.1.	Tipos de investigación o alcance	26
10.2.	Técnicas de investigaciones.....	26
10.3.	Determinación de población.	28
11.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	30
12.	CONCLUSIONES.....	45
13.	RECOMENDACIONES.....	49
14.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	51
15.	RECURSOS GENERALES	52
15.1.	Recursos humanos	52
15.2.	Recursos generales.....	52
16.	BIBLIOGRAFÍA	53
17.	ANEXOS	55

Tabla 1 Tomado de Rivera, J. (2012) Mapa medios digitales	24
Tabla 2 Tomado de Banegas & Rivera, D. (2012), Rivera (2012) y FUNDAMEDIO (2015).....	25
Tabla 3 Medios analizados. Elaboración propia	29
Tabla 4 Elaboración propia. Resultado del análisis de los 18 periódicos nativos digitales.	67

Ilustración 1 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital"	55
Ilustración 2 Captura de pantalla, periódico digital "Cotopaxi noticias".....	55
Ilustración 3 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato"	56
Ilustración 4 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital".....	56
Ilustración 5 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".....	57
Ilustración 6 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".....	57
Ilustración 7 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".....	58
Ilustración 8 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".....	58
Ilustración 9 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital".....	59
Ilustración 10 Captura de pantalla, periódico digital "El Productor".	59
Ilustración 11 Captura de pantalla, periódico digital "La República"	60
Ilustración 12 Captura de pantalla, periódico digital "El Emprendedor".	60
Ilustración 13 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Noticias"	61
Ilustración 14 Captura de pantalla, periódico digital "Periodismo Ecuador".	61
Ilustración 15 Captura de pantalla, periódico digital "Radialista"	62
Ilustración 16 Captura de pantalla, periódico digital "Ciudadanía Informada".....	62
Ilustración 17 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".....	63
Ilustración 18 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".....	63
Ilustración 19 Captura de pantalla, periódico digital "El Emprendedor".	64
Ilustración 20 Captura de pantalla, periódico digital "Periodismo Ecuador".	65
Ilustración 21 Captura de pantalla, periódico digital "Confirmado Ecuador".	65

INTRODUCCIÓN

Los nuevos avances tecnológicos han cambiado la forma de comunicación en el mundo periodístico, en esta nueva época donde el mundo digital, las redes sociales, el intercambio de información, y la participación de los lectores; es fundamental para los cibermedios fomentar la interactividad de la audiencia.

Rost (2006) define la interactividad como la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa). (p. 195)

En los primeros medios, la interactividad se dio a través de los foros de discusión y de encuestas. Hoy en día las nuevas herramientas y características que se han apoderado del mundo digital, es la selección de contenidos, donde los usuarios más novatos crean su camino de lectura, pero los usuarios con experiencias, son creadores y generadores de contenidos.

Cómo lo indica, Fenoll (2011) “no todos los usuarios de los cibermedios participan de la misma manera en las distintas opciones interactivas que tienen a su disposición”, además resalta que “es importante analizar cómo determinados factores sociales condicionan la manera en que las nuevas tecnologías son adoptadas, utilizadas y percibidas” (p. 2).

En el Ecuador, según el Banco Mundial, el 50,1% de las personas en el año 2015, poseía una computadora, solo el 32,8% de los hogares ecuatorianos tenían acceso a Internet, en tanto que apenas un 13,7% de los hogares en zonas rurales contaban con

conexión a la red, por un 41% de los hogares situados en zonas urbanas (Barredo, Díaz, 2016, p. 227).

En cuanto al uso de redes sociales y de plataformas de comunicación, es casi nula la interactividad que establecen los cibermedios con los usuarios, además la audiencia sigue consumiendo información, y la poca participación que existe es controlada por los editores digitales¹.

La interactividad en los medios digitales puede medirse mediante un instrumento de estudio explicativo, basado en el modelo de evaluación de calidad de la interactividad de Linares, Codina & Pedraza (2015), que “contiene 27 indicadores, agrupados en 5 dimensiones” (p. 10). Como son: comunicación, participación, cooperación, socialización y acceso al contenido.

Estos parámetros fueron utilizados para analizar los 18 periódicos nativos digitales ecuatorianos para medir el nivel de interactividad, la observación se realizó en un mes, desde el 20 de noviembre hasta el 20 de octubre.

Esta investigación tuvo dos objetivos, primero, verificar cuántos ciberperiódicos siguen activos y así proporcionar una lista actualizada de los periódicos nativos digitales ecuatorianos, que proporcionan información.

Y la segunda, indicar si los ciberperiódicos se están ajustando a los nuevos cambios, donde los periodistas, lectores y cibermedios, mantienen interactividad entre ellos o si siguen en el modelo tradicional de intercambio de información lineal.

¹ Rivera, D. (2011). Tesis doctoral. Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El auge de la interactividad empezó desde los años setenta con la televisión, pero en los 90 con el apogeo de la WWW, se trasladó al ciberespacio. “Se amplía la concepción de la información periodística tradicional con el valor añadido de otras dimensiones pegadas a los asuntos individuales y de grupos” (Herreros, 2009, p. 17).

Estos cambios también marcaron transformaciones en el intercambio de información, antes se originaba de manera bidireccional, ahora se fomenta una interacción multidireccional.

Los usuarios dejaron de ser pasivos, ahora no quiere ser solo emisor o receptor, pasaron a convertirse en una audiencia activa, que en muchos casos son ellos los que generan contenidos noticiosos. Esta nueva forma de interacción también abarcó otros actores, como las redes sociales, como el Facebook, Instagram y Twitter que son utilizados para difundir material audiovisual.

En el Ecuador, existe una baja interacción entre el periodista y la audiencia², como lo señala Aguirre, Odriozzo y Bernal (2015) “en el ciberperiodismo ecuatoriano impera sobre todo la opción de difundir los contenidos a través de las redes, especialmente mediante *Facebook*”.

El objetivo de esta investigación es evaluar el nivel de interactividad que tienen los ciberperiódicos con su audiencia, que permitirá reconocer qué tipo de interactividad es más común en los periódicos digitales ecuatorianos ¿selectiva o comunicativa?

² “La falta relativa de interacción estaba mediada por las rutinas de participación en la esfera convencional, pero también con las presiones establecidas desde el marco normativo” (Barredo, Palomo, Mantilla, & Gard, 2015, pág. 279)

2. SITUACIÓN

Los medios nativos digitales ecuatorianos son plataformas que no tienen un protagonismo principal, por parte de los usuarios, aunque, según datos de la página del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el 36% de los hogares ecuatorianos tiene acceso a internet y el 56,87% de la población usa las TIC.

En el Ecuador, las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, son utilizadas en su gran mayoría de veces para crear lazos de amistad, pero existe un grupo creciente de usuarios deseados de formar parte del nuevo mundo del periodismo, creando contenido que pueden ser virilizados en pocas horas.

3. FORMULACIÓN

3.1. PREGUNTA PRINCIPAL

- ¿En qué nivel de interactividad, selectiva o comunicativa están los periódicos nativos digitales del Ecuador?

3.2. PREGUNTAS DERIVADAS – SUB PREGUNTAS

- ¿Los medios nativos digitales del Ecuador están fomentando la participación de los usuarios activos?
- ¿La audiencia crea su propio camino de lectura o es guiado por los ciberperiódicos?
- ¿La audiencia aporta con la creación de contenidos informativos en los cibermedios?

4. DELIMITACIÓN

4.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación tiene como base analizar todos los periódicos nativos digitales del Ecuador, y se comprobará qué grado de interactividad existe, entre los ciberperiódicos y la audiencia.

4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizará en un mes, desde el 20 de septiembre hasta el 20 de octubre del 2017.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar el nivel de interactividad de los periódicos nativos digitales ecuatorianos de acuerdo con el modelo de calidad de interactividad de Codina, Linares & Pedraza.

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar a los ciberperiódicos con los tres parámetros de la interactividad.
- Determinar que parámetro tiene menor incidencia en los ciberperiódicos.
- Identificar qué periódico nativo digital cumple y qué nivel de interactividad posee.

6. JUSTIFICACIÓN

El interés de la presente investigación es evaluar los periódicos nativos digitales ecuatorianos para medir la participación que tienen las audiencia activa, y establecer si los ciberperiódicos del país están adaptándose a las nuevas formas de comunicación por el auge de los cibermedios.

Con el reciente incremento de la participación de las audiencias activas, son muchos los medios que están emigrando a las plataformas de internet, y algunos aunque nacieron en la web, no están diseñados para que los usuarios tengan una participación recíproca, entre el ciberperiódico, el periodista y los lectores.

La interactividad es una característica multimedia que beneficia a los medios digitales, dando posibilidad a los usuarios para que también formen parte de la construcción de las noticias, por medio del periodismo participativo.

Los ciberperiodistas disponen de herramientas para conocer mejor las demandas y necesidades de los usuarios, con los que interactúan y a los que escuchan a través de distintas vías. Y los usuarios, además de poder combinar el acceso a la información puntual con la profundización y explicación de los acontecimientos disponen de vías para la personalización y para participar en los procesos (López, 2008: 77-78)

La interactividad es una nueva característica de los cibermedios, y esta investigación evaluará el nivel de interactividad de los medios nativos digitales ecuatorianos y permitirá conocer e identificar el alcance que tiene la interactividad en los ciberperiodicos y los desafíos que tiene las plataformas informativas para conectarse con la audiencia activa.

7. VIABILIDAD LEGAL

Para la elaboración del presente proyecto de investigación, se analizó varios artículos de la Ley de Orgánica de Comunicación (LOC), y el Reglamento de Régimen Académico Interno de la Universidad Laica Eloy Alfaro.

En el Reglamento de Régimen Académico, en el artículo 17, establece que el estudiante podrá escoger el modelo de trabajo final de titulación, y debe cumplir varios requisitos, el proyecto debe desarrollarse sobre las líneas de investigación aprobadas para cada Carrera por el Consejo de Facultad.

En la LOC se analizó varios artículos con el fin de identificar qué son considerados medios de comunicación y qué tipo de información es regulada.

El art. 5, indica que se considera medios de comunicación a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias (...) cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Pero no establece este artículos regular, controlar o sancionar a los periódicos nativos digitales que no tiene una matriz, pero generan información noticiosa diariamente, y que son consumidos y difundidos por los usuarios en las plataformas de internet.

Además, en el artículo 4, de la LOC específica que las informaciones y opiniones generadas de modo personal, no son reguladas, pero pueden ser sancionadas por infringir otras leyes, por ejemplo, daño a la honra y a la moral.

9. BASE TEÓRICA

9.1. Estado del Arte

1.- Tesis doctoral “Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación”. Diana Elizabeth Rivera Rogel. 2011.

La tesis doctoral tiene como objetivo conocer el tipo de ciberperiodismo que se desarrolla en Ecuador, analizó la evolución, estructura, ciberparticipación y perfil de las rutinas de información de cuatro medios digitales, cómo son: *El Universo, El Diario, El Mercurio y Crónica de la Tarde*.

La metodología que utilizó, en el análisis de los medios fue un modelo descriptivo, explicativo y exploratorio, con el propósito de conocer la situación del ciberperiodismo ecuatoriano. También, empleó un análisis cualitativo; con un grupo de discusión, con alumnos de los últimos semestres de la carrera de Comunicación Social, usuarios de los cibermedios analizados, y entrevistó a los editores de los cuatro medios analizados.

Esta tesis comprobó una de las hipótesis que fue, que los medios digitales ecuatorianos todavía se encuentran en una etapa inicial y deben mejorar la estructura, ciberparticipación y rutinas de producción.

2.- Maestría “Comunicación y migración: análisis de un proceso de Interactividad en los periódicos *on line* del Ecuador”. Pamela Johana Cruz Páez. 2009.

La tesis tuvo como objetivo comprender la interactividad de los periódicos online, con las diversas noticias emitidas tras el fenómeno migratorio, los medios analizados fueron *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*.

La metodología utilizada, fue una etnografía virtual, analizó las relaciones sociales entre usuarios migrantes y los administradores de contenidos, cómo actuaban con la audiencia por medios de los correos electrónicos, foros, encuestas, chat y blogs.

La tesis identificó que en los medios digitales analizados, existen cuatro tipos de interactividad: técnica, que es una interacción básica entre el usuario y el ordenador; interactividad reactiva, son las encuestas que dan la opción de una respuesta limitada; interacción mutua, es la producción colectiva de contenidos, y la interactividad social, es la participación entre los usuarios y los gestores de contenidos.

3. Tesis de Grado. PERIODISMO DIGITAL Y MILLENIALS: la preferencia de los millenials por los contenidos digitales en los medios online, en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Ney Paúl Chase Veliz. 2017.

Esta investigación buscó identificar cuáles son las nuevas formas de consumir información de los jóvenes millenials, y los recursos audiovisuales más significativos dentro del periodismo digital 2.0.

La metodología es una investigación cuantitativa, a 1254 estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, entre 18 y 28 años, para recoger, analizar datos; e identificar las preferencias de los contenidos digitales.

Esta investigación arrojó como resultado que los jóvenes millenials, ocupan de 1 a 3 horas diarias, además los jóvenes para acceder a la información que consume en los cibermedios, primero reciben datos de los medios tradicionales.

4. Maestría. La interactividad de las redes sociales en el video online. Estudios de casos: TerraTV (Brasil), CaracolTV, (Colombia) y Ecuavisa (Ecuador). Pamela Elizabeth León Mantilla. 2015.

Esta investigación buscó observar, registrar y analizar el uso de las redes sociales y en las plataformas web de los cibermedios analizados, además examinó el nivel de interactividad en la propagación de videos online.

Esta exploración está enmarcada en la línea de investigación de comunicación, nuevas tecnologías y redes sociales, utilizó el método cuantitativo, realizó una observación, comparación y análisis de los medios TerraTV, CaracolTV y Ecuavisa por el lapso de una semana.

En análisis de contenido que realizó fue a 182 post y twist con un contenido de vídeo digital referente a la elección del papa Francisco, su resultado según león posee un valor empírico.

Esta investigación corroboró la tesis de Laswell, sobre el grado de cercanía entre el usuario, los cibermedios al redactar una información en una red social, donde se evidencia interacción del medio con la audiencia.

Marco Teórico

9.2 Los periódicos en la era digital

9.2.1. Del papel a los ciberperiódicos

La mayoría de las investigaciones coinciden, que la invención del papel se dio en el año 105 a.c., en China, también fueron los primeros en desarrollar la imprenta. Hasta que Johannes Gutenberg, creó los tipos móviles de plomo (placas metálicas) facilitando el proceso de impresión en pliegos de papel, además facilitó la difusión de ideas y conocimiento.

Esta nueva forma de impresión, permitió que las hojas informativas se publicaran periódicamente y se extendieran a una gran cantidad de ciudades de Europa. En el siglo XIX cuando apareció el primer periódico en Alemania, cómo hoy se lo conoce; ha sufrido cambios, no solo en su estructura, como las actas en Roma o los folios en la Edad media, también desde el siglo XV dejaron de hacerse en manuscritos y pasó a imprimirse con la invención de la imprenta.

Navarro (2014) señala que los periódicos sufrieron tres momentos de crisis y readaptación, los que son:

En los años treinta con el nacimiento de la radio y en la década de los cincuenta con la llegada de la televisión, el periódico tuvo dos impactos en su desarrollo, modificándose y readaptándose a los nuevos contextos. El primer paso fue el uso de equipos electrónicos con programas para justificar las líneas que eran compuestas por linotipia. Fue a mediados de

los ochenta cuando la informatización invade los periódicos de manera más completa. (pág. 36)

El apogeo del uso de internet y las tecnologías de información y la comunicación (TIC), junto con los avances tecnológicos han cambiado y transformado la vida de las personas, sobre todo de los medios tradicionales de comunicación, donde la forma de relacionarse es mediada entre los individuos.

Además, se han creado comunidades virtuales, que permite a los usuarios poder entablar o intercambiar información con un sin número de personas, más desde que Facebook o Twitter, comenzaron a formar parte de la vida de millones de personas que todo el mundo.

Estas comunidades virtuales se presentaron en la última centuria, transformando la vida de los usuarios, cómo lo afirma Torres (2015) época en donde las TIC imperan y transforman la comunicación y con ella también todo el entramado social correspondiente a las naciones y también del mundo, que pasa a ser de característica global en una especie de “todos comunicados. (pág. 129)

Otros de los cambios que se dio en los ciberperiódicos, tras más de una década de existencia, en las ediciones de los diarios impresos específicamente realizadas para Internet han pasado de ser un apéndice o complemento de las versiones en papel a constituirse en un nuevo soporte con unas características propia. (Caminos, J., &Marín, F., Armentia, 2006, pág. 2)

9.2.2. Transformación de los medios de comunicación.

Para Bachmann (2012) “los medios tradicionales se han enfocado en la comunicación uno-a-uno, o uno-a-muchos, pero siempre en una línea unidireccional”. (pág. 12) Donde el lector solo tenían un rol que era leer las noticias diarias, sentado pero sin poder comentar al respecto, con el medio.

Pero con el uso constante de las nuevas tecnologías, que se dio desde los años 90, los medios tradicionales, poco a poco fueron cambiando y empezó una *hibridación*³, combinando diferentes medios de comunicación, soportes y técnicas.

Esta adaptación a los nuevos cambios, también generó nuevas narrativas y diversos modelos de convergencia. Dando paso a una nueva forma de hacer periodismo, de contar historias, denominado periodismo *transmedia*⁴.

Ahora, los periódicos también optan por subir información a las plataformas de internet, estos contenidos también aprovechan las herramientas multimedia y de interactividad para Álvarez y Elgueta (2015) los periódico además de su edición en papel, tiene su versión digital; pudiendo ser esta una copia de su presentación tradicional digitalizada o bien una distinta, por lo general, con mayor número de contenidos y posibilidades informativas. (pág. 114)

Esta nueva forma de hacer periodismo mediante Internet, se diferencia de los medios tradicionales porque algunos de los medios, denominados “*cibermedios nativos*”,

³ Proceso por medio del cual nuevos medios y nuevas tecnologías se suceden unas a otras.

⁴ “Aquella historia o noticia cuyo contenido el autor fracciona de forma intencionada en diferentes plataformas y soporte ” Ángel Valle (2013)

(Rivera, 2012, pág. 20) los nacidos dentro de Internet, no tienen una matriz impresa o audiovisual. Pero conservan todos los rasgos profesionales, cómo: recolectar, editar, publicar y difundir información periódica.

Esta nueva forma de comunicación digital, se lo denomina ciberperiodismo.

Para Escandón (2012) el ciberperiodismo es la actividad informativa y divulgativa en la cibercultura, por ello, es importante que esta actividad cumpla con los elementos estructurales y de sentido de la cultura digital: hipertextualidad, interactividad y colaboración, y que además genere narrativas apropiadas para su matriz cultural y de mediación. (pág. 68)

También el perfil competitivo del periodista ha cambiado, y la convergencia profesional, ha dado paso para que sea capaz de trabajar en todos los soportes para distribuir, extraer, determinar y ayudar a elevar la difusión y consumo de información, además el papel de periodista consiste en ayudar a las audiencias a seleccionar una información veraz, es decir, un mediador de información.

Los cambios también se pueden observar en la narración de los contenidos informativos, los textos ya no están redactados de forma lineal, sino que busca que por medio de la información los usuarios puedan interactuar y construir su camino en el ciberespacio.

También, se emplea el uso de herramientas audiovisuales con el objetivo de aportar más datos, de forma rápida, y son videos sencillos, que no necesitan una edición profesional.

9.3. La audiencia en los ciberperiódicos

9.3.1. Audiencia activa participativa

En esta época de globalización la audiencia se ha convertido en un protagonista principal, al contrario de unos años atrás, como lo señala Castillo (2014) las participaciones de las audiencias en los periódicos digitales eran vistas como prácticas cívicas. (pág. 11)

Los grandes avances desde la web 1.0 hasta la web 3.0, permitió que desde el año 2007, el usuario tenga más posibilidades de participar en los diversos contenidos que se suben en los ciberperiodicos.

Fenoll (2011) identifica dos tipos de usuarios, según su nivel de participación en el proceso comunicativo. Por un lado, está el usuario pasivo, o lector, que los utiliza sólo para mantenerse informado (pág. 19) usuarios que no dejan huellas.

Por otro lado están, los usuarios activos, o participativos, que colabora a través de las herramientas interactivas puestas a disposición de la audiencia. Buscan diariamente compartir, consumir y socializar; su objetivo principal es el intercambio de información y contenidos propios.

Además, Hernández, Ramírez y Cassany D (2014) denomina a este tipo de usuarios “productores” porque son los que generan contenido digital, ya sea de tipo texto, imagen, vídeo o audio. (pág. 123)

9.3.2. La audiencia como nuevo actor en los ciberperiódicos

En 1995 cuando apareció el primer medio digital, la forma de comunicación cambió, la participación de los usuarios ya no era limitada y se manifestó en la posibilidad de retroalimentar a los medios acerca de sus contenidos, al comunicar sus preferencias, comentando e incluso aportando. (Castillo, 2014, pág. 7)

Los usuarios con el tiempo se han convertidos, en nuevo tipo de narradores que han dejado de comprender al periodismo como “una conferencia” y lo comprenden como “una conversación o un seminarios” (Orihuela, 2003, pág. 4) busca que la audiencia este junto con los profesionales, aportando, creando y facilitando el dialogo de forma horizontal.

Esta fase del periodismo implica que se les da el poder a los usuarios de tener el control de la información, es decir, pueden llegar a ser ellos “periodistas” a un bajo costo y gracias a la tecnología tener un alto impacto. De esta forma, los medios de comunicación dejan de tener el monopolio productivo-informativo, una suerte de democratización del periodismo. (Álvarez y Elgueta, 2015, pág. 119)

Esto implicó que los medios opten por analizar las nuevas formas de comunicación entre el lector, usuario y cómo adaptar sus contenidos y perspectivas editoriales a los temas y a los intereses sociales. (Navarro, 2014, pág. 376)

Rost (2006) señala que los medios no son solo los únicos constructores de la realidad también interviene las fuentes, los protagonistas y la sociedad en las noticias, y estos

ejercen muchas veces presión sobre los contenidos, (pág. 145) ocasionando, que los usuarios participen de manera distintas en las diversas opciones que le dan las plataformas web.

Pero esto ha creado una gran desventaja, porque la interacción supone un proceso de repensar integralmente qué significa el periodismo y cuáles son los límites del contacto y la participación de los usuarios. (Barredo & Diaz, 2016, pág. 275)

Porque la apertura al diálogo ha ocasionado que gran parte de ese acercamiento sea para desaprobar o atacar a los actores de la información amparados muchas veces en el anonimato de las redes.

Álvarez y Elgueta (2015) indica que para todos los portales es importante la identificación de quienes hacen comentarios en sus sitios, ya que buscan un clima de respeto para los usuarios en el contexto del debate público que se genera a partir de los hechos noticiosos publicados. (pág. 122)

Y es una manera de quitarle un poco el poder, que tiene la audiencia y de restringir a los usuarios trol⁵, que para Fenoll (2014) estos prolíficos usuarios buscan desviar el tema del debate con comentarios ofensivos que provocan la respuesta emocional de los usuarios anti-trol. De este modo, aumenta la participación en detrimento de la calidad de la misma. (pág. 24)

⁵ Fenoll (2014) "El trol es una persona que participa en foros de debate de Internet que se caracteriza por escribir comentarios incendiarios"

9.4. La interactividad en los ciberperiódicos

9.4.1. Definición del término interactividad

El uso del término interactividad engloba una variedad de disciplinas, como la informática, *telemática*⁶ y comunicación. Y en los 90 con el auge de la *Word Wide Web* empieza las investigaciones, relacionada al individuo-computadora-individuos.

La interactividad comienza a proliferar con la web 2.0, y con el desarrollo de nuevas tecnologías, de herramientas multimedia, de servicio; facilitó la comunicación de masa entre los usuarios.

González y Varas (2015) Definen la interactividad como la propiedad gradual y variable de un dispositivo tecnológico, que permite la comunicación dialógica entre sus usuarios, y que suele estar representada por diversos elementos técnicos. Por el sólo hecho de que un dispositivo entre en contacto con el ser humano, se puede decir que es interactivo en mayor o menor grado. (pág. 553)

Además Orihuela (2003) agrega que la interactividad se basa en la capacidad que tiene el usuario de dialogar con los textos y sus autores y de convertirse en autor de sus textos, (pág. 13) haciendo que el usuario sea el promotor de la creación de nuevos contenidos digitales y generando información.

Donde el individuo puede interactuar con lector-periodista, lector-lectores, lector-lector, lector-protagonista de la actualidad. (Rost, 2006, pág. 197) Además el comunicante obtiene respuestas de manera inmediata y muchas veces simultánea.

⁶Aplicación de las técnicas de la telecomunicación y de la informática a la transmisión de información computarizada. RAE

9.4.2. Tipos de interactividad

5.4.2.1 Interactividad selectiva

La interactividad selectiva alude a las posibilidades de control que tiene el usuario sobre el mismo proceso de difusión de los contenidos (...) de esta forma, el lector construye su propio camino de lectura, arma su propia linealidad en la exposición al medio. (Rost, 2006, pág. 205)

En pocas palabras es dotar de limitadas posibilidades de control, a los usuarios al poder interactuar en las distintas opciones de acceso a los contenidos que ofrece el medio, cuanto más se ajusten a las necesidades del usuario, mayor será el grado de interactividad selectiva. (Aguirre, Odriozo y Bernal, 2015, pág. 489)

Esta transferencia de poder por parte de los usuarios no empieza de la nada, el medio crear un menú de contenido, en donde el usuario elige entre varias alternativas, qué contenido va a seguir viendo, este modelo empuja a la acción del usuario.

Rost (2006) Identifica dos factores que influyen en el grado de interactividad selectiva:

- 1) La extensión del menú de contenidos. Cuanto mayor sea la oferta de opciones, mayor será el grado de interactividad que ofrecerá el medio.
- 2) La pertinencia de esas opciones, Cuanto más significativas sea cada una de esas opciones, es decir cuanto más responda a las necesidades del usuario, mayor será también el grado de interactividad. (pág. 205)

Otra característica que tiene la interactividad selectiva, es la estructura hipertextual que permite organizar el discurso a través de nodos y enlaces, no solo vinculan texto, también sonidos e imágenes almacenadas de forma digital, al usuario se le da la posibilidad de escoger hasta que capa de profundidad de información quiere llegar.

5.4.2.2 Interactividad comunicativa

La interactividad comunicativa va ligada con los cibermedios por las diversas posibilidades de interacción que tiene el medio con la audiencia.

La interactividad comunicativa representa las posibilidades de comunicación y expresión que el usuario tiene con los contenidos del medio. A través de esas opciones interactivas, el lector procura dialogar, discutir, confrontar, apoyar y, de una forma u otra, entablar una relación con otros. Este tipo de interactividad se puede expresar a través de comentarios debajo de las noticias, perfiles en redes sociales, opciones para que los usuarios puedan compartir sus contenidos a través de redes sociales, rankings de noticias más leídas, chats. ((Aguirre, Odriozzo y Bernal, 2015, pág. 489)

El rol del emisor con el receptor puede intercambiarse, se convierte en una combinación de emisor-receptor- productor de contenidos, facilitando e intercambio real de información.

Este intercambio de información, entre una gran cantidad de individuos, crean comunidades virtuales, pero las relaciones son complejas por la inmensa cantidad de opinión, información, convirtiendo este tipo de interactividad en un problema para los usuarios principiantes.

Que tiene una variedad de forma para interactuar, cómo: los chats, foros, encuestas, cartas de lectores y entrevistas en línea.

9.5. Ecuador: Medios Nativos digitales

9.5.1. Breve Reseña de la prensa ecuatoriana.

La historia de la prensa ecuatoriana, empezó en Quito, un poco tarde con respecto a otras capitales sudamericanas en tiempo de la colonia española, fue en 5 de enero de 1792 cuando se publicó el primer periódico en el país de nominado “Primicias de la Cultura”, por Eugenio de Santa Cruz y Espejo.

El segundo periódico en aparecer fue “El Patriota de Guayaquil”, originario de Guayaquil circuló desde 1821 hasta 1827, en este ejemplar se publicaban cada semana, notas cortas, que informaban de las actividades, noticias locales, nacionales y documentos oficiales.

Pero en 1830 se paralizó la publicación de los periódicos, por la independencia del Ecuador. Una época de cambios, inestabilidad económica y política, en este periodo los periódicos que circulaban estaban bajo el dominio del estado, Municipios o personas que desean promover iniciativas políticas.

Hasta 1895, con la transformación liberal por Eloy Alfaro, donde muchos periódicos empezaron a crecer y a publicar diariamente, cómo El Telégrafo, El Globo, Diario de avisos y El Grito del Pueblo.

En 1900 apareció nuevos ejemplares cómo el Universo, El tiempo, El diario El Comercio de Quito, El Comercio, Ultimas Noticias, Diario Expreso de Guayaquil, El Extra y El Tiempo. (Robles, 2011, p. 5)

9.5.2. Periódicos nativos digitales ecuatorianos

En 1994 cuando el fenómeno de internet también invadió al Ecuador, los medios tradicionales empezaron a subir contenidos a las plataformas web y la ciudadanía empezó a involucrarse con el ciberespacio.

En 1995, el diario HOY, fue uno de los primeros periódicos tradicionales que empezó a subir información en línea, sobre el fenómeno migratorio y luego creó una página web con información adicional.

Otro de los pioneros fue el diario El Comercio, en 1996, en su plataforma escaneaba notas de la edición impresa, además contenía link, enlaces de otras secciones y noticias.

En 1997, aparece el portal de El Universo, convirtiéndose en unos de los sitios más visitados.

Otros periódicos tradicionales en subir información a la web fueron La Hora en 1998 y en 2007, los diarios Expreso y Extra.

Además estos medios empezaron a utilizar las redes sociales, para publicar las noticias de manera inmediata y estar comunicados con sus lectores.

9.5.2.1. Mapa de medios nativos digitales ecuatorianos

En el país no existe un registro oficial de cuántos medios nativos digitales existen, pero desde el 2008, se han hecho algunas investigaciones, cómo la de Martínez Cristina,

quién publicó en su blog un PDF denominado “Mapa de medios de comunicación del Ecuador”, donde identificó cinco medios nativos digitales.

Y en el año 2012, la CIESPAL publicó el primer mapa de medios nativos digitales del Ecuador. Esta investigación fue realizada por Rivera (2012), identificó que en el país existen 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos, 14 radios y cuatro revistas, de ellas el 70% producen contenidos informativos diariamente. (p. 6)

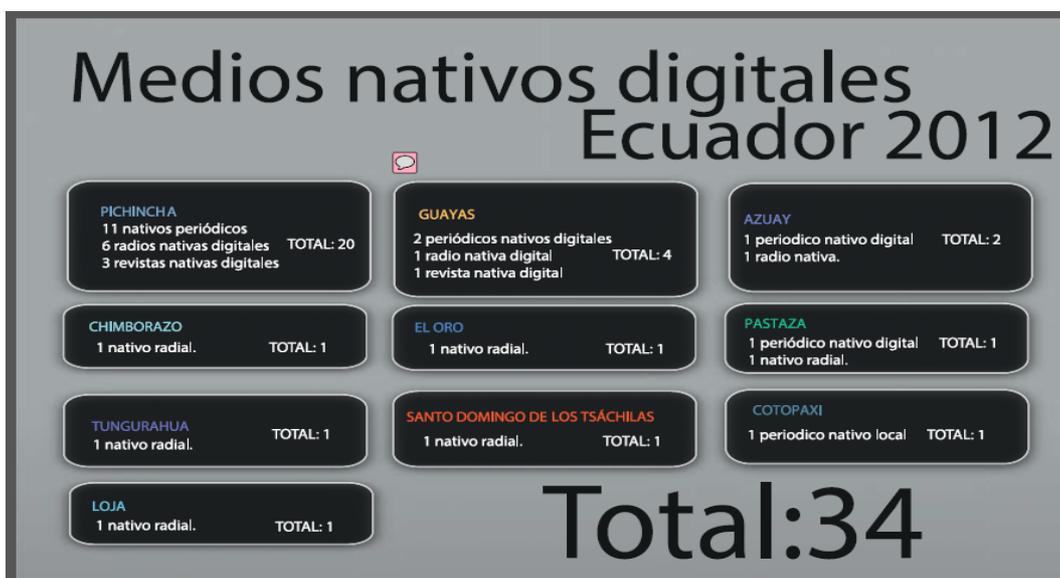


Tabla 1 Tomado de Rivera, J. (2012) Mapa medios digitales

Pero FUNDAMEDIO identificó hasta abril del 2015, 60 medios nativos digitales, entre estos 12 periódicos, con sede en Guayaquil y Quito. Según esta investigación el 55% de los medios mapeados tienen periodicidad diaria, y están conectados a las redes sociales como Facebook y Twitter.

Tomando esta información, junto con la investigación realizada por Banegas y Rivera, D. (2012), se pudo establecer que existen 21 medios nativos digitales, activos y alrededor de 10 medios inactivos, en las plataformas de internet, además algunos de estos medios ya no aparecen en la web.

Tabla 2 Tomado de Banegas & Rivera, D. (2012), Rivera (2012) y FUNDAMEDIO (2015)

MEDIOS	URL	Ciudad
Ciudadanía Informada	http://www.ciudadaniainformada.com/	Quito
Cobertura Digital.com	http://www.coberturadigital.com/	Quito
Ecuador Inmediato	http://ecuadorinmediato.com/	Quito
Ecuadorenvivo.com	http://www.ecuadorenvivo.com/	Quito
El Ciudadano Online	http://www.elciudadano.gob.ec/	
El Migrante Digital	http://www.elmigrante.com.ec/	New castle, Pennsylvania
Elproductor.com	https://elproductor.com/	Guayaquil
Radialistas apasionadas y apasionados	https://radialistas.net	Quito
Revista digital Banana Export	http://www.bananaexport.com/	Guayaquil
La República	http://www.larepublica.ec	Guayaquil
Periodismo Ecuador	http://periodismoecuador.com	Quito
Infórmate y Punto	http://www.informateypunto.com	Quito
Ecuador Noticias	http://ecuadornoticias.org	Quito
Ecuador Libre	http://www.ecuadorlibrered.tk	Quito
Confirmado.net	http://www.confirmado.net	Quito
Andes	http://www.andes.info.ec/	Quito
El Ecuatoriano	http://www.elecuatoriano.com.ec/	
Entérate Ecuador	http://enterate.ec/	Quito
Al Día	http://www.ecuadoraldia.com.ec/	
Cotopaxi Noticias	http://www.cotopaxinoticias.com/	Latacunga
El Emprendedor	http://www.elemprendedor.ec/	

10. MARCO METODOLÓGICO

10.1. Tipos de investigación o alcance

Para realizar el presente proyecto de investigación, se identificó que el tema tiene un enfoque cuantitativo, porque la base fundamental es identificar y explicar por qué ocurren dicho fenómeno.

El tipo de alcance que tiene el proyecto es descriptivo, cómo lo indica Sampiere, Collado y Lucio (2006) los estudios descriptivos inicialmente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (pág. 102)

El diseño de la investigación involucra la recolección y análisis de datos con el objetivo de medir el nivel de interactividad de cada uno de los medios nativos digitales analizado.

10.2. Técnicas de investigaciones

En la investigación de los medios nativos digitales, utilizará un modelo de análisis elaborado por Juan Linares, Lluís Codina, Rafael Pedraza, denominado “Propuesta nuclear de protocolo de análisis”.

Este modelo tiene como propósito principal identificar pautas, por medio de una auditoria individual o en conjunto con otros medios, además permite realizar comparaciones entre varios medios, para establecer si estos sitios se han adaptado adecuadamente al mundo digital.

El protocolo de análisis es una tabla que evalúa cinco dimensiones de los medios de comunicación, cómo son: comunicación, participación, cooperación, socialización y acceso al componente. Agrupados en tres parámetros, con 27 indicadores.

1. PARÁMETRO 1: Relación cibermedio-usuario
 - 1.1. Comunicación lector-autor
 - 1.2. Comunicación lector-autor mediada por Twitter
 - 1.3. Comunicación lector-redacción
 - 1.4. Comunicación lector-redacción mediada por Twitter
 - 1.5. Comentarios de lectores
 - 1.6. Votaciones de lectores
 - 1.7. Comentarios en blogs del cibermedio
 - 1.8. Rectificaciones
 - 1.9. Confidencialidad
 - 1.10. Diálogos directos

2. PARÁMETRO 2: Contenidos generados por usuarios
 - 2.1. Publicaciones generadas por usuarios
 - 2.2. Fotografías generadas por usuarios
 - 2.3. Vídeos generados por usuarios
 - 2.4. Sección específica UGC (Contenido generado por usuarios)
 - 2.5. Comunidad y contacto con otros usuarios registrados

3. PARÁMETRO 3: Buscabilidad y Navegación
 - 3.1. Navegación constante
 - 3.2. Navegación semántica
 - 3.3. Mapa de la Web
 - 3.4. Navegación adaptativa
 - 3.5. Alertas o boletín electrónico
 - 3.6. Búsqueda avanzada
 - 3.7. Página de resultados
 - 3.8. Localización
 - 3.9. Actualización
 - 3.10. Ordenación adaptativa
 - 3.11. Difundir con redes externas
 - 3.12. Difundir con redes propias

La observación y seguimiento de los distintos ciberperiódicos, se realizó durante un mes, y se tomó como referencia la metodología establecida por Campo, donde calificó cada pregunta con un 0 o un 1, respondiendo a la ausencia o presencia de cada característica respectivamente y añadiendo una puntuación general para medir el grado de interactividad.

10.3.Determinación de población.

Para determinar el tamaño de la población, se empleó el uso de una muestra no probabilística. En este tipo de muestra, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra, depende de los objetivos del estudio. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2006, pág. 241)

Por tal motivo, se tomó el criterio de Cabrera (2010) establece que el poder de la participación de la audiencia va más allá de los medios y se extiende a las redes sociales, a las comunidades virtuales. (pág. 168)

Además Cebrián, agrega que los nuevos medios de comunicación impulsan la participación interactiva mediante diversas modalidades (...) y algunos cibermedios se dedican ya exclusivamente a difundir documentos sonoros, visuales, audiovisuales producidos por personas particulares o pequeños grupos no profesionales.

En un estudio realizado por Barredo, Palomo, Mantilla & Gard (2015), dio como resultado que las redes sociales más usados por los periodísticas ecuatorianos, son el correo electrónico, Twitter y Facebook.

Para Punín, Martínez, Rencoret (2013) los medios de comunicación con mayor número de visitas, seguidores y fans en las redes sociales, hasta noviembre 2012 fueron: Ecuador Inmediato.com, La República.ec, Ecuador en vivo.com, Comfirmado.net, Ciudadanía Informada.com, Infórmate y punto.com. (pág. 202)

En cuanto a la cantidad de medios nativos digitales se estableció, con los mapeos realizados por Martínez (2008), Rivera (2012), Banegas y Rivera, D. (2012) y

FUNDAMEDIOS (2015), dio como resultado que existen 21 periódicos nativos digitales, de ellos se analizará 18 medios que tengas más seguidores en Twitter.

Nº	PERIÓDICOS NATIVOS DIGITALES	TWITTER	FACEBOOK
1	Ecuador Inmediato	376,0	NO
2	El Ciudadano Online	198,0	83 653
3	Ecuadorenvivo.com	159,0	42 649
4	La República	74,1	56 236
5	Cobertura Digital.com	24,1	NO
6	El Emprendedor	19,4	535 191
7	Ciudadanía Informada	13,2	5020
8	Confirmado.net	10,2	416
9	Cotopaxi Noticias	9.485	25 143
10	Elproductor.com	9.160	35 145
11	Infórmate y Punto	6.019	537
12	Radialistas apasionadas y apasionados	4.531	14 324
13	Ecuador Libre	4.470	2588
14	Periodismo Ecuador	975	6986
15	Entérate Ecuador	745	14 824
16	Revista digital Banana Export	717	283
17	El Migrante Digital	547	2637
18	Ecuador Noticias	413	7930

Tabla 3 Medios analizados. Elaboración propia

Los ciberperiódicos que no fueron analizados por tener menos usuarios en Twitter, son:

Nº	PERIÓDICOS NATIVOS DIGITALES	TWITTER	FACEBOOK
1	El Ecuatoriano	313	5726
2	Andes	104	85 256
3	Al Día	NO	NO

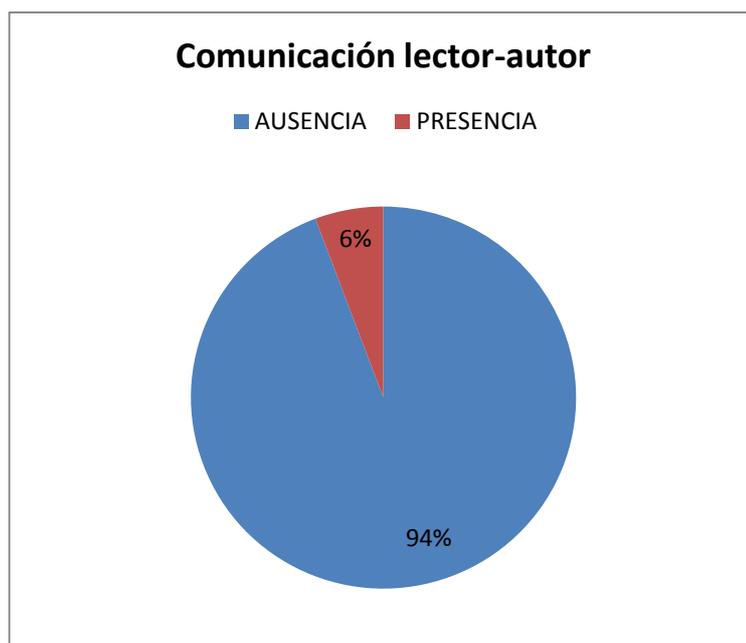
11. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A partir del análisis realizado a los 18 periódicos nativos digitales, se presenta gráficos estadísticos con los porcentajes obtenidos del mes de observación de los ciberperiódicos, además se creó una (Tabla 1) de datos, donde se puede observar de manera sintetizada la usencia o presencia de los indicadores en los cibermedios.

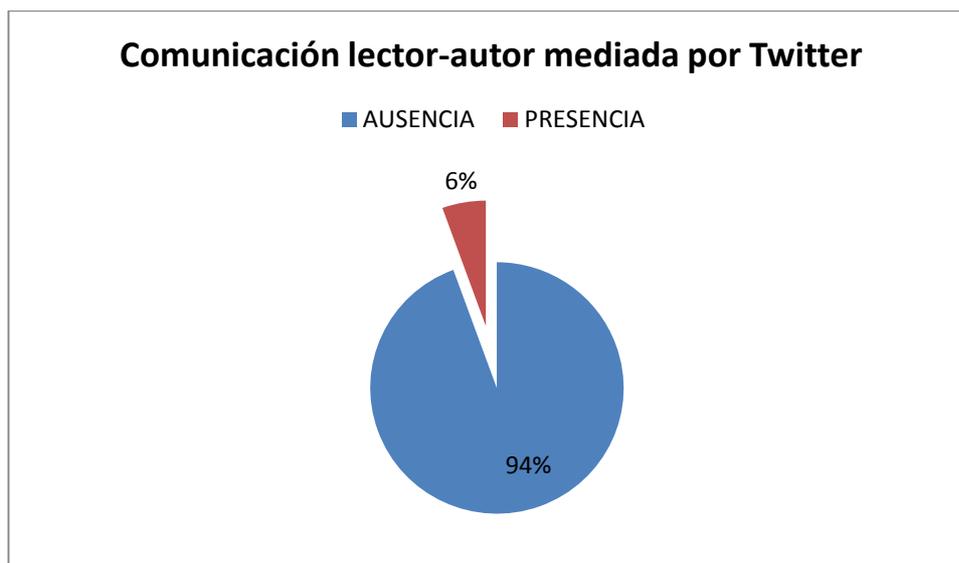
RELACIÓN CIBERMEDIO-USUARIO

El primer parámetro que se analizó, se verificó la participación directa del periódico digital con los usuarios en Twitter o en los blog del cibermedio, y la incidencia de la rectificación de alguna noticia, por medio de comentarios, votaciones; fueron ocho dimensiones evaluadas.

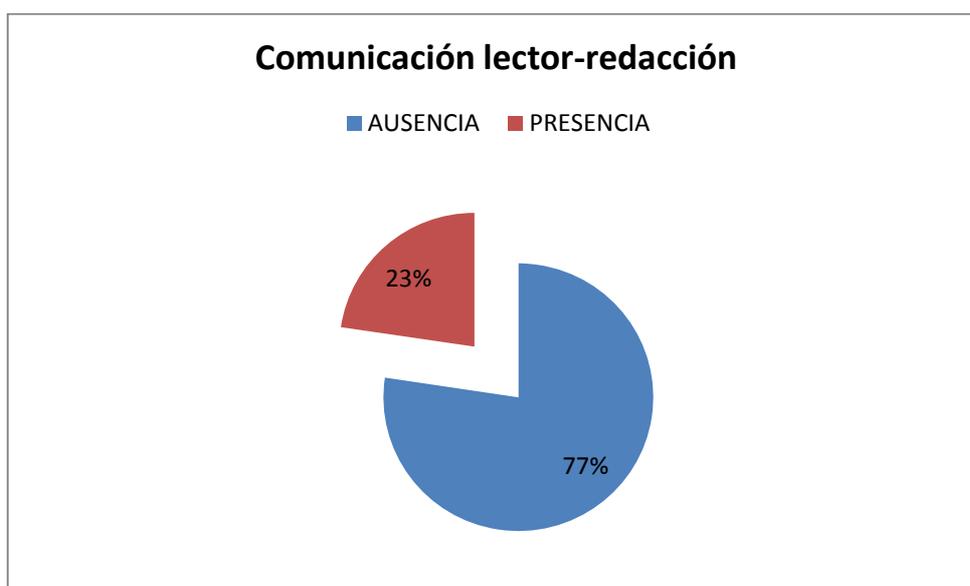
El indicador, **comunicación lector-autor** mostró que el 98% de los periódicos digitales, no dan la posibilidad al lector de tener contacto con el autor de la noticia, y el 6% de los medios, publicaba la dirección del correo personal del autor.



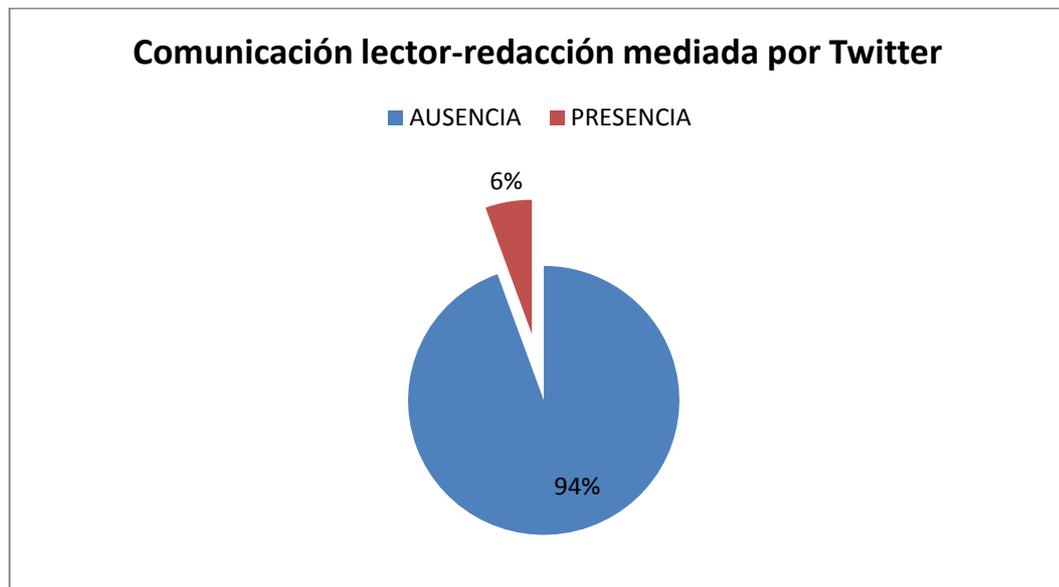
Comunicación lector-autor mediada por Twitter: El 98% de los medios analizados, arrojó como resultado que no dan la posibilidad de ponerse en contacto por medio de Twitter con el autor de la nota informativa, mientras que el 6%, publicó la cuenta personal de Twitter.



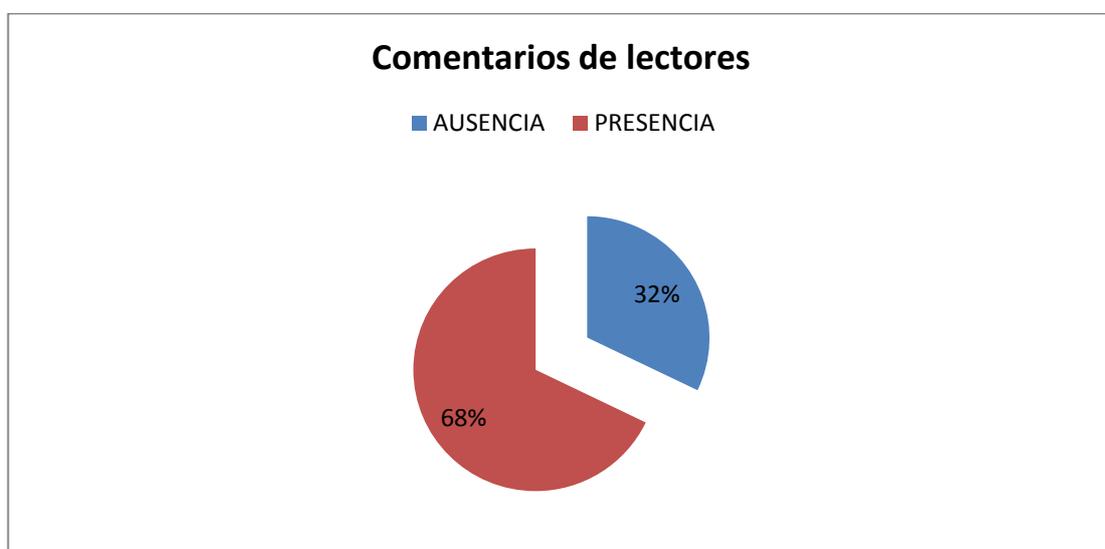
Comunicación lector-redacción: El 77% de los medios mostró ausencia en la posibilidad de ponerse en contacto con los miembros de redacción, y el 23%, publicó los correos electrónicos en la sección de contactos.



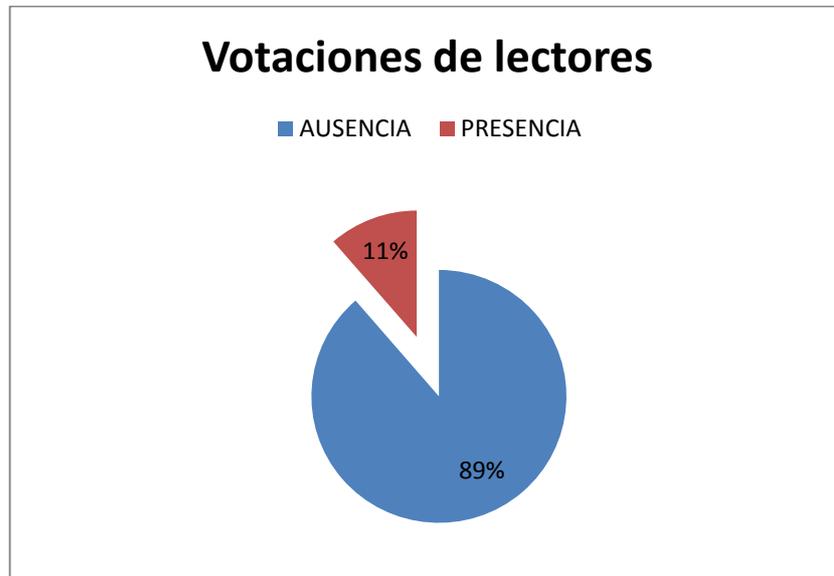
Comunicación lector-redacción mediada por Twitter: El 94% presentó ausencia en la comunicación, entre el medio y la audiencia en la red social Twitter, mientras que el 6%, ofreció a los usuarios las cuentas de los miembros de los periódicos digitales para intercambiar compartir, comentar la noticia.



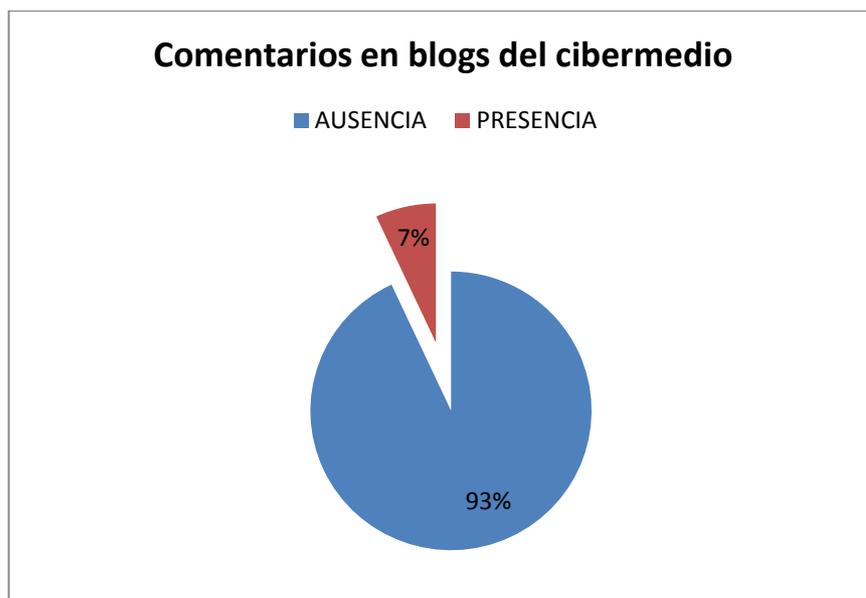
Comentarios de lectores: El 68% de las noticias que se publicaban diariamente en los periódicos analizados, contaban con la posibilidad de publicar, responder y observar los comentarios, mientras que el 32% no contaban con la opción de comentar.



Votaciones de lectores: En el 89% de los periódicos digitales analizados, no contenía la opción de poder valor la noticia publicada, mientras que el 11%, permitía a los usuarios votar, además reflejaba el resultado.



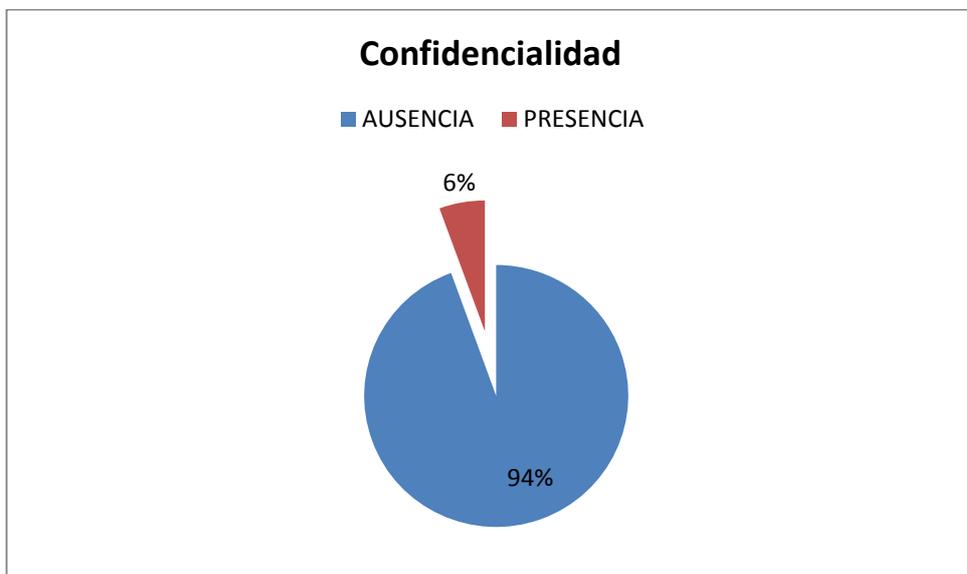
Comentarios en blogs del cibermedio: El 89% mostró ausencia de comentarios en los blog y 7% contenían la opción de poder intercambiar información en la sección de blog creada por el periódico nativo digital.



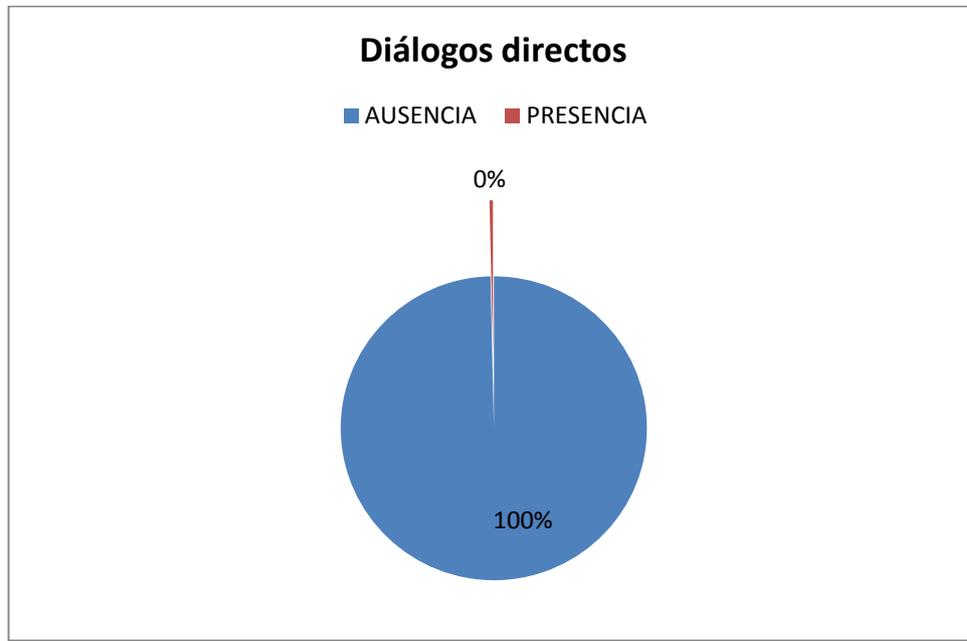
Rectificaciones: El 100% de los periódicos analizados no contienen la posibilidad de que el usuario pueda hacer alguna rectificación de alguna nota informativa.



Confidencialidad: El 94% de los medios analizados presentó ausencia de confidencialidad de las publicaciones que hacían los usuarios, mientras que el 6% de los periódicos, tiene una sección donde se puede enviar información noticiosa de manera segura y debían llenar algunos criterios para verificar la veracidad del contenido.



Diálogos directos: En el 100% de los periódicos nativos digitales analizados dio como resultado que no tiene un diálogo directo con el usuario, la redacción, el autor o los entrevistados por el cibermedio.



CONTENIDOS GENERADOS POR LOS USUARIOS

El segundo parámetro, consistió en evaluar el grado de participación de la audiencia en la aportación de información, fotos, videos, con el objetivo de elevar la interacción de los usuarios con el medio.

Publicaciones generadas por usuarios: El 100% de los ciberperiódicos analizados no publica ninguna información redactada por algún usuario, ni presentó en su plataforma digital algún anuncio para que el lector realice una nota informativa.



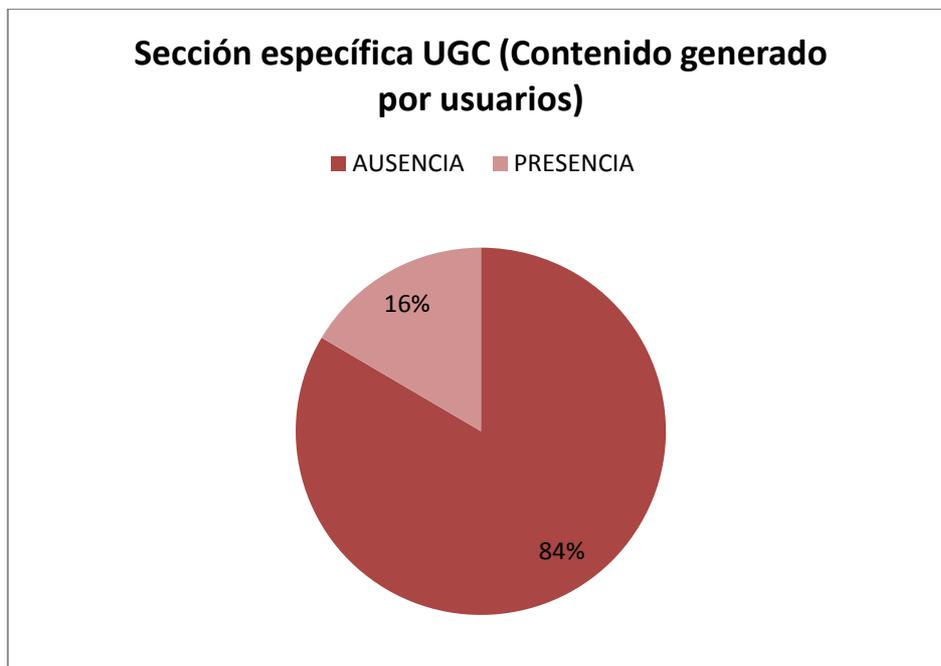
Fotografías generadas por usuarios: El 94% de los periódicos digitales no tiene una sección, donde los usuarios puedan publicar fotos e imágenes, mientras que el 6%, puede subir y publicar material gráfico.



Vídeos generados por usuarios: Ninguno de los dieciocho medios analizados público algún material audiovisual.



Sección específica UGC: El 16% de los medios contienen secciones donde los usuarios puede subir material informativo, texto, fotos o videos, para que el ciberperiódico pueda publicarlo, mientras que el 84% no cuenta un espacio dedicado para publicar contenido generado por el usuario.



Comunidad y contacto con otros usuarios registrados: En el 100% de los periódicos analizados dio como resultado, que los usuarios registrados no tiene ninguna posibilidad de interacción entre ellos en la comunidad virtual, o en un chat del medio.



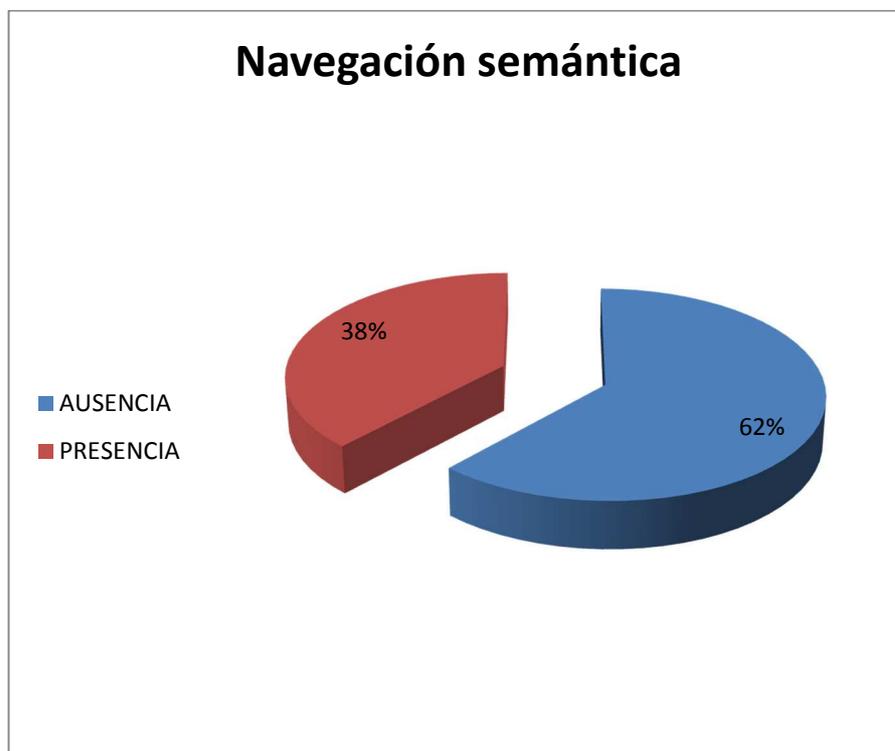
BUSCABILIDAD Y NAVEGACIÓN

El tercer parámetro, analizó la distribución de los diferentes contenidos noticiosos, y cómo el periódico contribuye para que el usuario cree su propio camino, permitiendo que el usuario pueda dirigirse a otras noticias, por medio de enlaces, secciones o a través de las redes sociales.

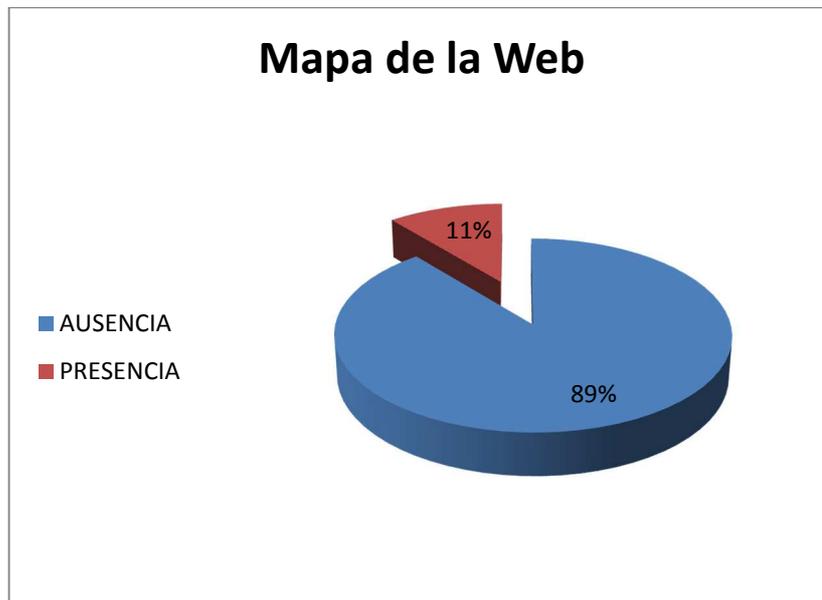
Navegación constante: El 100% de los medios de comunicación presenta la posibilidad de poner observar todas las secciones que tiene el ciberperiódico y acceder a otros espacios dentro del medio.



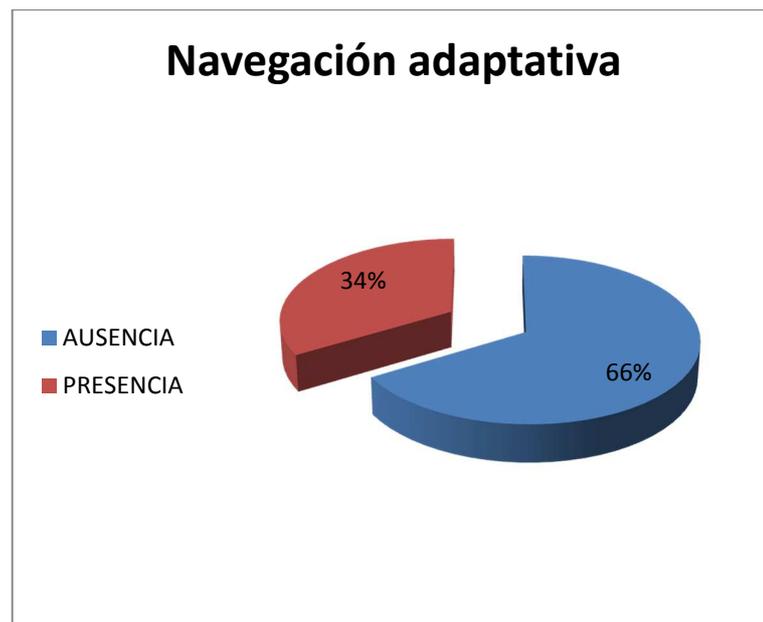
Navegación semántica: En el 62% de los medios digitales, se evidenció la presencia de enlaces o noticias relacionada con la temática; mientras que en el 38% no contenían información adicional.



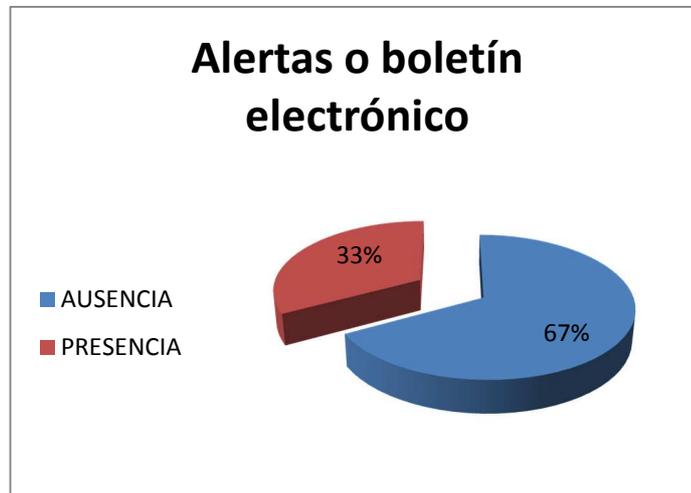
Mapa de la Web: El 89%, no facilita al usuario poder acceder a las secciones de manera clasificada, mientras que 11%, contenían un mapa en la página de inicio.



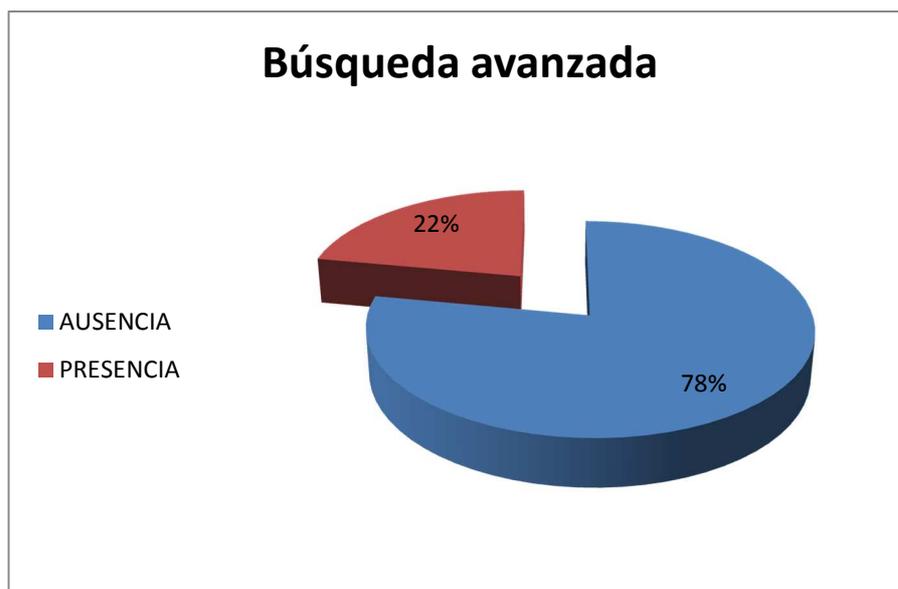
Navegación adaptativa: El 66% no contenía una sección dedicada a las noticias más populares por los usuarios, mientras que el 34% se podían observar las notas más vistas en el mes por los usuarios.



Alertas o boletín electrónico: El 33% de los medios, daban la posibilidad que los usuarios puedan acceder a la opción de crear una alerta de las noticias que se publicaban diariamente, mientras que el 67%, no tenían el servicio de suscripción.



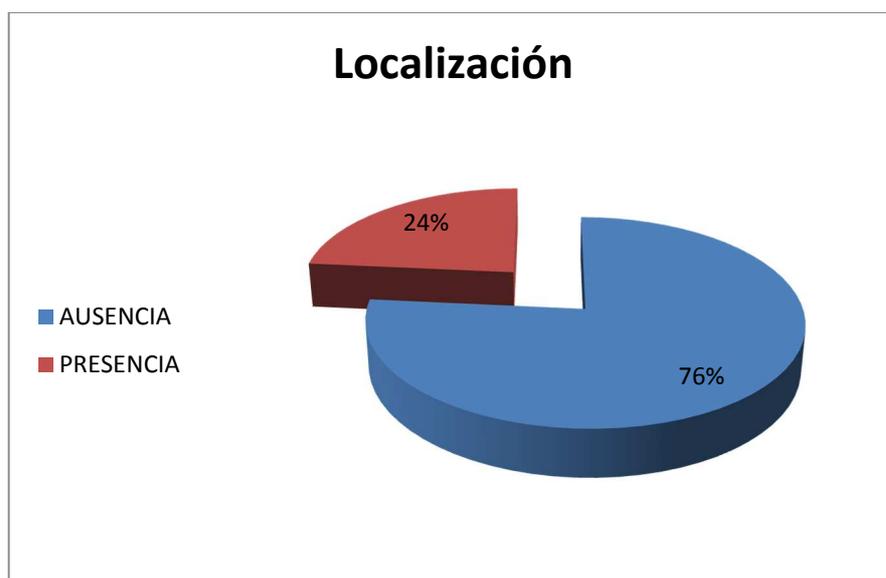
Búsqueda avanzada: El 78% presentó ausencia de búsqueda parametrizada por parte del usuario del periódico digital, mientras que el 22% podía realizar búsqueda bajo varios criterios.



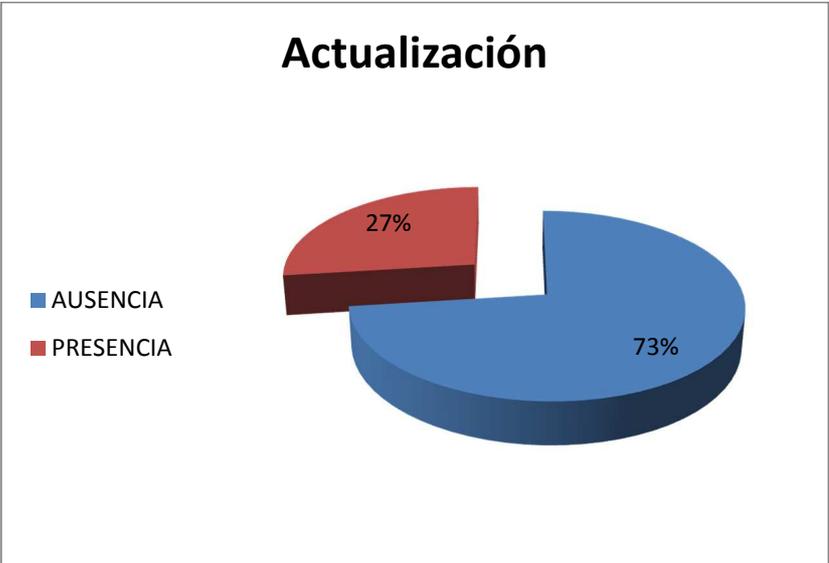
Página de resultados: El 66% de los medios en sus páginas de resultados carecía de la opción de poder filtrar la búsqueda, mientras el 34% se podía ordenar el resultado bajo parámetros.



Localización: En el 76% de los cibermedio no contenían la opción de acceder otras versiones, mientras que el 24%, contenían enlaces dirigidos a periódicos locales o nacionales.



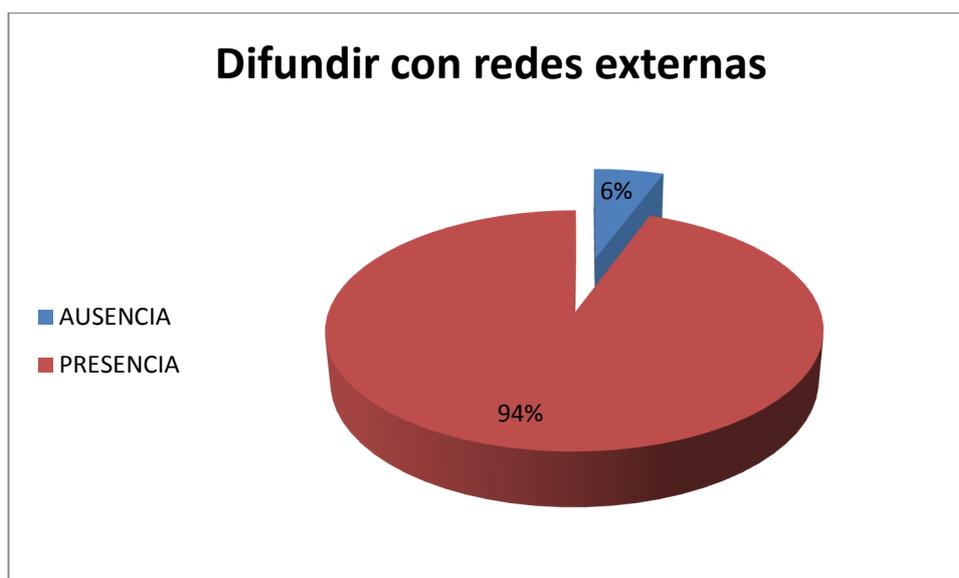
Actualización: El 73% de los medios no contiene una sección donde se pueda observar un ranking de las noticias actualizadas, mientras el 27%, presentaban una sección en la página principal las noticias más recientes.



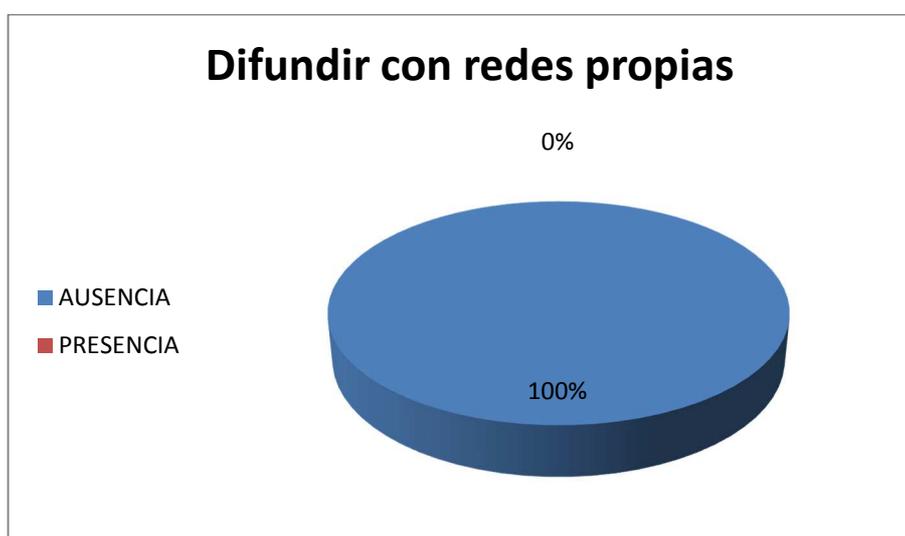
Ordenación adaptativa: El 94% de los medios analizados no cuenta con un espacio donde se publiquen las noticias más leídas, mientras que el 6%, contenía un ranking de las noticias, que está ubicado en la página principal del periódico digital.



Difundir con redes externas: El 94%, de los periódicos digitales ofrecía a los usuarios compartir las noticias en las redes sociales sin estar registrado o a través del correo electrónico personal del lector, mientras que el 6%, no contenían este recurso de comunicación.



Difundir con redes propias: En el 100% de los medios los usuarios registrados no cuenta con la posibilidad de compartir información o comentar en un chat propio del medio.



12. CONCLUSIONES

Como resultado del análisis del modelo de calidad de interactividad de Codina, Linares & Pedraza en los periódicos nativos digitales, se evidenció que la gran mayoría de los cibermedios tiene una comunicación limitada con los lectores, la participación de la audiencia es escasa. Tanto los periódicos como sus lectores todavía se encuentran en una etapa inicial del modelo de interactividad que tiene otros medios internacionales.

Los dieciocho periódicos nativos digitales tienen una interactividad selectiva, que consiste en que el usuario tiene el poder de elegir que quiere leer o ver, pero solo es receptor de los contenidos que son publicados por los ciberperiódicos, el lector en algunos casos es capaz de organizar que quiere observar pero siempre está controlado por la agenda informativa establecida por el cibermedio.

De los 27 criterios analizados en los 18 periódicos nativos digitales, el que tiene menor nivel de desempeño, con el cumplimiento de dos criterios, fue el periódico “Infórmate y Punto”, y los medios que cumplieron más aspectos, con 8 indicadores, fueron: Ecuador en vivo, Cobertura Digital y Ciudadanía Informada.

Los parámetros que se utilizaron para medir el grado de interactividad de los periódicos nativos digitales, permitió constatar que el principal rol que tienen, es emitir información diaria, en algunos casos, pero no busca la interacción con su audiencia; en el análisis se probó que el parámetro “Buscabilidad y Navegación”, es el de mayor cumplimiento por los ciberperiódicos.

- En el primer parámetros analizado, sobre la relación entre cibermedio-usuario, se evidenció un limitado contacto entre el autor de las noticias con el lector, porque no se identifica quien redactó la nota informativa o no publican su correo electrónico o su cuenta de Twitter.

Según un estudio realizado por Barredo, Palomo, Mantilla & Gard (2015), el correo electrónico es uno de los medios de comunicación más utilizados por los periodistas. Lo que se evidencia en la gran mayoría de las plataformas de los periódicos digitales que publican las cuentas de correos de todos los miembros de la redacción del medio.

Pero a diferencia del correo electrónico, en los periódicos digitales analizados los miembros de redacción no publican sus cuentas personales de Twitter para estar con contacto con los lectores, a pesar que esta red social está entre una de las más utilizadas por los ecuatorianos.

En los ciberperiódicos analizados todavía mantiene el esquema tradicional de comunicación, pero algunos han incorporan en sus plataformas la opción de comentar, que ayudan a los periódicos digitales a saber que hay un flujo constante de opinión e información.

Algunos cibermedios solicitan a sus usuarios estar registrados o colocar una cuenta electrónica, para poder controlar los mensajes ofensivos o dañinos, por medio de un gestor de comentarios.

Pero la mayoría de los ciberperiódicos analizados no cuentan con un blog exclusivo, excepto el periódico “Ecuador Inmediato”, que contiene una sección denominada grupo, pero no hay participación de sus suscriptores.

Además no hay una comunicación directa con los entrevistados porque los usuarios no cuentan con las herramientas y posibilidad de poder ser parte del dialogo, uno de los inconvenientes es que las entrevistas no se realizan en vivo.

Otra opción que le dan a los lectores es valorar las noticias, es una forma sencilla para observar el nivel de aceptación que tiene las notas informativas publicadas, pero en los cibermedios analizados, más de la mitad no contiene esta herramienta para medir la aceptación de los contenidos noticiosos.

En todos los periódicos analizados se evidenció la ausencia de una sección dedicada a la corrección de noticias que considera el lector están mal redactadas o carecen de datos, esta herramienta permitirá de forma sencilla al cibermedio obtener información adicional.

Pero en dos periódicos, como son: Ecuador Inmediato y el Productor, existe una sección que permite compartir de forma segura materias informativo, solo pueden subir imágenes y redactar; no cuenta la página web con la posibilidad de subir material audiovisual.

- En el segundo parámetro se evaluó los contenidos generados por los usuarios, es decir, el grado de participación de la audiencia, en la elaboración de contenidos informativos.

En esta época, los medios de comunicación que están en el ciberespacio impulsan la participación activa de los usuarios, se evidenció que los periódicos digitales ecuatorianos, a pesar de contener secciones dedicadas a generar contenido no incentivan a su audiencia a contribuir, con imágenes o material audiovisual.

Los nuevos modelos de comunicación e interacción en los ciberperiódicos buscan que los usuarios también sean productores de información, creen comunidades virtuales con el fin de producir material informativo o solo de interactuar entre ellos, herramientas que los medios analizados no permiten a sus lectores.

- En el tercer parámetro, sobre la buscabilidad y navegación, se evaluó cómo está estructurados los ciberperiódicos. Los cibermedios analizados carecen de un formato que facilite el acceso a las secciones o guíe a un lector novato. Estos cibermedios cuentan con una barra de navegación principal, que en la mayoría es la única herramienta que los usuarios tienen para acceder a otras secciones, además, no cuenta con un mapa web.

Los medio digitales en las noticias publicadas no le dan la opción a los lectores de seguir leyendo otras notas informativas relacionadas o las temática no son similares, lo que rompe la secuencia de los datos noticiosos.

Otras de las dificultades que se le presenta al lector, es que los ciberperiódicos no cuentan con una sección actualizada del ranking de noticias. En cuanto a la búsqueda y resultado los periódicos digitales trabajan con buscadores internos, pocos cuentan con herramientas de filtración de información; otros no utiliza operadores parametrizados, solo emiten resultados aleatorios.

En la difusión de los contenidos noticiosos, los ciberperiódicos contienen en su mayoría botones para compartir en Facebook y Twitter, además pueden enviar la noticia a otro lector por el correo electrónico, pero no cuenta con redes internas para la difusión y seguimiento de un tema de su interés.

13. RECOMENDACIONES

- En el análisis 3 ciberperiódicos cumplieron con la mayor cantidad de aspecto, 8 de 27 indicadores, menos de la mitad, que evidencia un bajo nivel de interacción y participación, los medios deben mejorar la relación que tienen con los usuarios y optimizar la estructura de navegación de las plataforma de comunicación.
- En la investigación, el parámetro “Contenidos generados por usuarios” fue el de menor actividad. Los medios digitales deben de aprovechar a los nuevos usuarios, que están ansiosos de ser parte activa de la creación de contenidos noticiosos, por medio de las redes sociales. Youtube, Facebook, Instagram, Twitter son plataformas que los usuarios utilizan diariamente para difundir material audiovisual que deben ser aprovechados por los cibermedios.
- Los nuevos lectores digitales son una fuente principal para poder retroalimentar las notas informativas, con los comentarios y aportaciones que pueden hacer la audiencia, la ausencia de contacto directo con los usuarios, es un punto desfavorable para todos los cibermedios.
- Los medios nativos digitales que están incursionando en el ciberespacio deben de fomentar a los autores de las noticias una comunicación con los lectores.
- Además, los ciberperiódicos están obligados a adaptar su estructura web con el fin de que los lectores puedan crear un camino, con noticias actualizadas, enlaces a otros periódicos nacionales o locales, asimismo, se debe mejorar la página de búsqueda, bajo varios parámetros para que puedan obtener resultados precisos.

- Una de las desventajas que tiene los ciberperiodicos es que no tienen periodicidad en la publicación de las noticias, medios cómo: Cobertura Digital, El emprendedor, Ciudadanía Informada, Ecuador libre y Entérate Ecuador, no publicaron por varios días.

14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES		TIEMPO																							
		JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICEIMBRE								
1	SELECCIÓN DEL TEMA	█																							
2	ENTREGA Y ACEPTACIÓN DE OFICIO CON EL TEMA SEGÚN LA MODADLIDAD DE TITULACIÓN PARA LA REVISIÓN DE ACUERDO A LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FACCO.			█																					
3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		█																						
4	JUSTIFICACIÓN				█																				
5	OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN				█																				
6	MARCO TEORICO					█	█	█	█																
7	MARCO METODOLÓGICO								█																
7	APLICACIÓN DEL ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN									█	█	█	█	█											
8	VERIFICACIÓN DE RESULTADOS														█										
9	ELABORACIÓN DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES															█	█	█	█						
10	TUTORÍAS DE TITULACION								█	█	█		█	█						█				█	
11	PRESENTACIÓN FINAL																							█	

15. RECURSOS GENERALES

15.1. Recursos humanos

- Tutor

15.2. Recursos generales

- Computadora
- Impresora
- Conexión a internet
- Manual del protocolo de análisis de interactividad de Codina, Linares & Pedraza

16. BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Odriozo y Bernal. (2015). Multimedialidad, interactividad e hipertextualidad en los cibermedios ecuatorianos: un análisis de calidad ciberperiodística. *XV Encuentro* (págs. 487-499). Medellín: Memorias Eje Temáticos 1.
- Álvarez y Elgueta. (2015). Participación ciudadana, diseño y estructura en los principales medios de comunicación electrónicos chilenos. *Revista Internacional de Comunicación Mediática*, 113-134.
- Bachmann, I. &. (2012). Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta. *Cuadernos de Información*, 41-52.
- Banegas, D., Rivera, D. (2012). ANÁLISIS DE LA EMPRESA INFORMATIVA IMPRESA Y DIGITAL DE ECUADOR. *Razón y Palabra*, 1-22.
- Barredo, D., Palomo, B., Mantilla, A., & Gard, C. (2015). UNA ENCUESTA EXPLORATORIA PARA CUANTIFICAR LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RUTINAS PROFESIONALES DE LOS PERIODISTAS ECUATORIANOS: REFLEXIONES SOBRE LA MEDIAMORFOSIS DEL ECUADOR . *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 52-80.
- Barredo, I. (2016). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 273-294.
- Cabrera, M. (2010). De las audiencias en entornos de convergencia digital. *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*, 164/177.
- Caminos, J., & Marín, F., Armentia. (2006). Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2-11.
- Castillo, L. (2014). Interactividad y audiencias en los periódicos digitales. Estudio de tres medios mexicanos. *Intersticios Sociales*, 1-25.
- Escandón, P. (2012). Cibermedios y cibercultura, ¿senderos narrativos que se bifurcan? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 66 -72.
- Fenoll, V. (2011). Usuarios Activos Y Pasivos. La Interactividad De La Audiencia En Los Medios Digitales. El Caso De La Fórmula 1 En Valencia. *Revista de Ciencias Sociales*, 1-26.
- Fenoll, V. (2014). Interactividad en medios digitales La participación de los usuarios en los medios digitales españoles durante el juicio de Francisco Camps. *Revista Faro*, 3-26.
- González, C., & Varas, M. (2015). Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios 1. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 550-566.
- Hernández D, Ramírez A, Cassany D. (2014). CATEGORIZANDO A LOS USUARIOS DE SISTEMAS DIGITALES. *Revista de Medios y Educación*, 113-126.

- Martínez, A., & Punín, M., & Rencoret, N. (2013). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Grupo Comunicar*, 199-207.
- Navarro y Rodríguez. (2017). El desafío de la interactividad: la participación de los usuarios en la redefinición del periodismo. *Razón y Palabra*, 373-394.
- Navarro, L. (2014). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. *Grupo Comunicar*, 35-43.
- Orihuela, J. L. (2003). El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 12-15.
- Rivera, J. (2012). Mapa de Medios digitales del Ecuador.
- Rost, A. (2006). *La Interactividad en el periodismo digital*. Belaterra: ALAIC/IBERCOM.
- Sampieri, H., Collado, C., & Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Iztapalapa: McGRAWHILLIINTERAMERICMA EDITORES, SA DE C.V.
- Torres, L. (2015). La participación ciudadana: un desafío para el ciberperiodismo. *Comunicar*, 123-148.

17. ANEXOS

PARÁMETRO 1: Relación cybermedio-usuario

Comunicación lector-autor



Ilustración 1 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital".

Comunicación lector-redacción

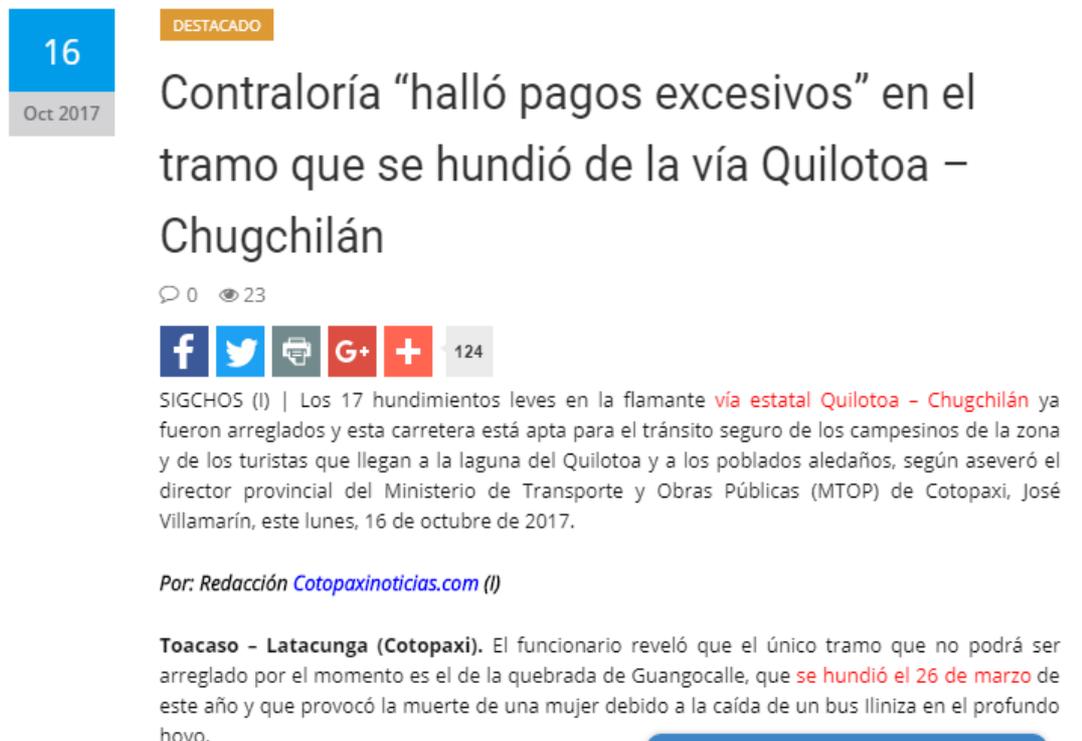


Ilustración 2 Captura de pantalla, periódico digital "Cotopaxi noticias"

Director General
Dr. Francisco Herrera Aráuz
gerente@ecuadorinmediato.com

Jefe de Redacción
Pamela Aguas Yáñez

Redacción:
Adrian Egas Huerta
Jhoana Proaño Montufar
Daniela Regalado T.
Corresponsales:
México
Jorge Cortés Batista
jacb@ecuadorinmediato.com

Ecuadorinmediato/radio

Dirección de Programación
Néilson Herrera Aráuz
nha@ecuadorinmediato.com

Productora
María José Vela V.
produccion@ecuadorinmediato.com

Operación
Pablo J. López Suárez
pls@ecuadorinmediato.com

Ilustración 3 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".

Comunicación lector-redacción mediada por Twitter

ABOUT THE AUTHOR: CHRISTIAN ESPINOSA B.



Periodista. Profesor de Nuevos Medios. Dedicado a la capacitación en Redes Sociales, formación de Community Managers, Vocería 2.0 y cuidado de la Reputación On Line. Mi otra pasión, el periodismo móvil. Twitter: @coberdigital

Website: <http://www.coberturadigital.com>

Ilustración 4 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital".

Comentarios de lectores

The screenshot shows the top navigation bar of 'Ecuador Inmediato' with links for PORTADA, POLÍTICA NACIONAL, ANÁLISIS, ENTREVISTAS, NOSOTROS, and a Donaciones button. Below the navigation, there are 8 comments and a 'Compartir' button. A comment by Felipe Solorzano, dated 'hace un mes', discusses the role of the Procurador General del Estado and lists several cases of alleged corruption, including the Mauro Teran-Mauricio Rodas case, the Charly Pareja Cordero case, the Ramiro Gonzales case, the Matraca-Alcaldia case, the Andres Paez case, and the Juan Eljuri case. Below the comment, there are replies from Carlos Villamarin and Diego Romo.

Ilustración 5 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".

Votaciones de lectores

The screenshot shows the header of 'Ecuador en vivo' with the tagline 'El periódico que está vivo'. The main navigation bar includes links for Portada, Entrevistas, Ciudades, Opinión, Política, Internacional, Economía, Reportajes, Sociedad, Deportes, Gente, and Ediciones Anteriores. The article title is 'Unos 184 correos electrónicos revelan la conexión entre Ricardo Rivera y Jorge Glas'. The article is from 'El Comercio de Quito' and has a rating of 95% (2 votes). The publication date is 'Publicado el Domingo, 01 Octubre 2017'. On the right side, there is a 'Columna Publicitaria' with a social media widget for 'ecuadoren...' and a banner for 'www.interagua.com.ec'.

Ilustración 6 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".

Comentarios en blogs del cibermedio

EL PERIÓDICO INSTANTÁNEO DEL ECUADOR

PORTADA POLÍTICA NACIONAL ANÁLISIS ENTREVISTAS NOSOTROS Buscar TU CUENTA

CONOZCA MÁS +

Seguros Sucre **Te invitamos a formar parte de nuestra Comunidad**

Edición #4501 | Ecuador, jueves, 19 de octubre de 2017 | Ver Ediciones Anteriores

Grupos

Nombre	Descripción	Tipo	Estado	Miembros	Max Usuarios	Funciones Extras
Copiador	Grupo de usuarios que pueden copiar contenido	Privado	Cerrado	17	Ilimitado	[No disponible]
ElMovil: Verificador	Usuario que verifica los pagos	Privado	Cerrado	3	Ilimitado	[No disponible]
ElServicios: Verificador	Usuario que verifica los pagos	Privado	Cerrado	3	Ilimitado	[No disponible]

Ilustración 7 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".

Confidencialidad

Solo los usuarios registrados pueden agregar sus comentarios. Por favor, [ingrese con su usuario y clave](#), o [regístrese](#).



0 comentarios

Ordenar por **Los más antiguos**



Añade un comentario...

Plugin de comentarios de Facebook

Me gusta **Compartir** A 929 personas les gusta esto. Sé el primero de tus amigos.

Ilustración 8 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".

PARÁMETRO 2: Contenidos generados por usuarios

Fotografías generadas por usuarios



Ilustración 9 Captura de pantalla, periódico digital "Cobertura Digital".

Sección específica UGC (Contenido generado por usuarios)

Envíenos sus noticias

Si tiene una noticia que desea dar a conocer del sector agropecuario nacional o internacional, llene el siguiente formulario adjuntando la noticia o envíela a noticias@elproductor.com.

Nombre Completo (requerido)

Email (requerido)

Teléfono(requerido)

País

Ciudad

¿Cómo se enteró de nosotros?

Escriba aquí su noticia

Adjunte archivo (.doc .pdf .jpg)
 Ningún archivo seleccionado



STAFF

NUESTRO STAFF

CEO - Fundador: Nicolás Gómez
Administración: Ing. Jennifer Aranda G.
Directora de noticias: Loda, Marlene Semal
Consejo Editorial: Dr. Víctor Hugo Quimi
Dr. Raúl Castilla
Dr. José Orellana
Ab. Enrique Saravenza
Sr. Gustavo Marín
Loda. Vito Muñoz

Producción y Animación: Ing. Viviana Macías
Webmaster y Desarrollador: Ing. Jennifer Aranda G.
Producción y Comunicación: Loda, Isabel Zúñiga
Diseño Gráfico: Loda, Katherine Gaibar
Asistente de Gerencia: Deisy López
Ventas: gerencia@elproductor.com


www.elproductor.com

Adjunte archivo (.doc .pdf .jpg)
 Ningún archivo seleccionado

Ilustración 10 Captura de pantalla, periódico digital "El Productor".

PARÁMETRO 3: Buscabilidad y Navegación

Navegación constante

Ecuador, jueves 19 de octubre de 2017

Para buscar, escriba y luego presione la tecla Intro

PORTADA POLÍTICA OPINIÓN DEPORTES ECONOMÍA INTERNACIONAL GENTE CULTURA ENTRETENIMIENTO

VIDA Y ESTILO SOCIEDAD LIVESTREAM

Noticias de último minuto Con Todo Respeto #LibrExpresión La Tertulia 24/7 con Jorge Ortiz Estrenos del Cine Hashtag

Turcafé Minuto Cero República Deportiva Archivo YouTube Blogs Fútbol Ecuador Bolsa de trabajo Especiales

CAL convoca a Fiscalía, Educación y Judicatura por denuncias de abuso sexual a niños

Publicado el jueves 19 de octubre de 2017 en PORTADA

Publicidad

Ilustración 11 Captura de pantalla, periódico digital "La República"

Navegación semántica

ARTÍCULOS RELACIONADOS

¿Cómo ahorrar en tu emprendimiento?
Por redacct

Emprender es un reto, ¡nosotros estamos contigo!
Por redacct

La computadora se apagó y perdí toda la información de mi negocio ¿Qué hago?
Por redacct

Las mejores frases del discurso de Mark Zuckerberg en Harvard
Por redacct

Shopify, alternativa para crear página web gratis
Por redacct

Funcion... 4 estrategias dentro del mundo de las opciones binarias
Por redacct

Ilustración 12 Captura de pantalla, periódico digital "El Emprendedor".

Mapa de la Web



Ilustración 13 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Noticias"

Navegación adaptativa



Ilustración 14 Captura de pantalla, periódico digital "Periodismo Ecuador".

Alertas o boletín electrónico



Radialistas
Apasionadas y Apasionados

Buscar en el sitio

Temas Fechas Series Consultorios Publicaciones Videoconferencias Cursos Suscríbete

SUSCRIBIRSE

Recibe semanalmente el boletín de Radialistas. Ver [boletines pasados](#). También te puedes suscribir desde [aquí](#) al boletín de RadiosLibres.

Nombre y Apellidos* Obligatorio

Correo Electrónico* Obligatorio / No será publicado

País* Obligatorio

Ciudad

Radio Online
150\$ año / oyentes ilimitados

Radioteca
Red Social de Radialistas

Radios Libres

Ilustración 15 Captura de pantalla, periódico digital "Radialista"

Búsqueda avanzada

Buscar

Total: encontrados **39** resultados.

Condiciones de búsqueda:

- Todas las palabras
- Cualquier palabra
- Frase exacta

Orden:

Buscar solo en:

- Artículos
- Categorías
- Contactos
- Canales electrónicos
- Enlaces web
- K2 Items
- Etiquetas

[Cantidad a mostrar](#)

Volver

Ilustración 16 Captura de pantalla, periódico digital "Ciudadanía Informada".

Página de resultados

correa Buscar palabras clave:

Total: encontrados 5032 resultados.

Condiciones de búsqueda:

Todas las palabras Cualquier palabra Frase exacta

Las nuevas primero Orden:

20

Página 1 de 252

1. CNE no ha recibido solicitud sobre cambios en la directiva de Alianza PAÍS

... un sector de AP, entre ellos el excanciller Ricardo Patiño y la expresidenta de la Asamblea Nacional, Gabriela Rivadeneira, cercanos a **Correa**, echaron mano de un tecnicismo, la ausencia de Moreno durante ...
Creado el 13 Noviembre 2017

2. Glas canalizará mensajes a través de Twitter mientras se encuentre en prisión

... Rafael **Correa**, a quien es cercano Glas, quien fue también su vicepresidente. La Fiscalía General del Estado prevé que el juez Miguel Jurado, de la Corte Nacional de Justicia, revele mañana si se llama ...
Creado el 13 Noviembre 2017

Ilustración 17 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador en vivo".

Localización

Menú principal	Secciones		
<ul style="list-style-type: none">• App EcuadorInmediato Celular• Cerrar sesión• Quienes somos• Contactos y sugerencias• Envíenos sus noticias• PIN• Radio	<ul style="list-style-type: none">• Análisis• Entrevistas• Reportes y Reportajes• Política Nacional• Política Exterior• Economía• Elecciones 2013• Ecuador Productivo• Energía• Sucesos	<ul style="list-style-type: none">• Sociedad• Cultura• Notas Gremiales• Fútbol Inmediato• Turismo• Judiciales• Policiales• Quito Noticias• Chismes• Documentos	<ul style="list-style-type: none">• Ecuatorianos en el Exterior• EcuadorInmediato Nuestras Noticias• Cuenca Noticias• EcuadorInmediato Radio• Lo más importante del Ecuador• Ecuador en la prensa mundial

Ilustración 18 Captura de pantalla, periódico digital "Ecuador Inmediato".

Actualización

LATEST NEWS



Las opciones binarias son un negocio serio

SER EMPRENDEDOR



Cómo invertir en la bolsa de valores: 3 pasos aquí

SER EMPRENDEDOR



¿Cómo ahorrar en tu emprendimiento?

SER EMPRENDEDOR



#EMMS2017: Las mejores conferencias gratuitas y online de marketing digital

OPORTUNIDADES



Emprender es un reto, ¡nosotros estamos contigo!

SER EMPRENDEDOR

© 2017 REDACCT. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

Ilustración 19 Captura de pantalla, periódico digital "El Emprendedor".

Ordenación adaptativa

Lo más leído



Conoce dónde fue asignado tu hijo para clases Régimen Costa



Baltazar Ushca, último hielero del Chimborazo, recibió doctorado honoris causa



Neil Armstrong visitó Ecuador en 1976 atraído por la Cueva de los Tayos



Jubilación especial para mujeres a los 55 años más cerca de ser realidad



En trámite: ecuatorianos ya no necesitarán visa para entrar a México



ICESA APUESTA AL ENSAMBLAJE DE MOTOCICLETAS Y LANZA AL

Ilustración 20 Captura de pantalla, periódico digital "Periodismo Ecuador".

Difundir con redes externas

Compartir

 Facebook

 Twitter

 Google+

 LinkedIn

 Pinterest

Ilustración 21 Captura de pantalla, periódico digital "Confirmado Ecuador".

PARÁMETRO - INDICADORES	MEDIOS ANALIZADOS																	
	Ecuador Inmediato	El Ciudadano Online	Ecuador en vivo.com	Andes	La República	Cobertura Digital.com	El Emprendedor	Ciudadanía Informada	Confirmado.net	Cotopaxi Noticias	El productor.com	Infómat e y Punto	Radialistas	Ecuador Libre	Periodismo Ecuador	Entérate Ecuador	El Migrante Digital	Ecuador Noticias
Comunicación lector-autor	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Comunicación lector-autor mediada por Twitter	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Comunicación lector-redacción	☑	x	x	x	x	☑	x	x	x	☑	x	x	x	☑	x	x	☑	x
Comunicación lector-redacción mediada por Twitter	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x
Comentarios de lectores	☑	x	☑	x	x	☑	☑	☑	☑	☑	☑	x	☑	x	☑	☑	☑	x
Votaciones de lectores	x	x	☑	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x
Comentarios en blogs del cibermedio	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Rectificaciones	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Confidencialidad	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Diálogos directos	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
PARÁMETRO 2: Contenidos generados por usuarios																		
Publicaciones generadas por usuarios	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Fotografías generadas por usuarios	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vídeos generados por usuarios	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sección específica UGC (Contenido generado por usuarios)	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x
Comunidad y contacto con otros usuarios registrados	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3. PARÁMETRO 3: Buscabilidad y Navegación																		
Navegación constante	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Navegación semántica	x	x	x	x	x	x	x	☑	x	☑	☑	x	x	☑	x	x	x	☑
Mapa de la Web	x	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	☑
Navegación adaptativa	x	x	☑	x	x	x	x	x	x	x	☑	x	x	x	☑	x	x	x
Alertas o boletín electrónico	x	☑	☑	x	x	x	☑	x	x	x	x	x	☑	☑	x	x	x	x

Búsqueda avanzada	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x
Página de resultados	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	x
Localización	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	x
Actualización	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x	x	x	x	x
Ordenación adaptativa	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	<input checked="" type="checkbox"/>	x	x	x
Difundir con redes externas	<input checked="" type="checkbox"/>	x	<input checked="" type="checkbox"/>															
Difundir con redes propias	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Tabla 4 Elaboración propia. Resultado del análisis de los 18 periódicos nativos digitales.