



Ulearn

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE PERIODISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, MENCIÓN PERIODISMO**

TEMA:

**LA MULTIMEDIALIDAD Y SU APLICACIÓN
EN LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DEL PORTAL
WEB DE TELEAMAZONAS**

AUTOR

MACÍAS VELASTEGUÍ CÉSAR LUIS

TUTOR

LIC. JHONNY MENDOZA BRAVO, MG.

MANTA

-

MANABÍ

-

ECUADOR

2018

1.- DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD

La responsabilidad de la investigación, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta planteada en el siguiente proyecto de investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Macías Velasteguí César Luis

C.I 131688447-5

2.- CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Certifico haber asesorado y revisado el trabajo de investigación y autorizo la presentación para la defensa previa y aprobación respectiva con el tema: **“LA MULTIMEDIALIDAD Y SU APLICACIÓN EN LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DEL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS”**, del estudiante César Luis Macías Velasteguí. El mismo recoge los elementos propios de un informe final, por lo que autorizo la presentación para su valoración del tribunal respectivo y posterior defensa de la tesis.

Lic. Jhonny Mendoza Bravo, Mg.

Manta, mayo de 2018

3.- AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar con éxito mis estudios universitarios y poder contribuir con mi conocimiento en bienestar de la colectividad. Doy a gracias a cada uno de mis compañeros de aulas, por ser esas personas que siempre me brindaron la mano y su apoyo en cada actividad académica.

Gracias también a la universidad por ser mi segundo hogar y a los excelentes docentes que nos transmitieron conocimientos durante todos estos años y nos permitieron ser excelentes profesionales, lugar que también me permitió conocer a mi novia, Brigitte Marcillo, por acompañarme en cada paso que doy y ser mi compañera de vida.

CÉSAR LUIS MACÍAS VELASTEGUÍ

4.- DEDICATORIA

Este trabajo de tesis se lo dedico a Dios y al Divino Niño Jesús quienes supieron guiarme por el buen camino dándome fuerzas para seguir adelante y no desmayar, permitiéndome diariamente tener la fortaleza de afrontar cada día mis actividades, fueron ellos quienes me dieron las ganas de no desmayar en el camino de este logro, como lo es, ser un excelente periodista.

A mi padre por ser la persona que inculcó en mi esta grandiosa profesión y ser el pilar fundamental en mi desarrollo profesional, gracias a él aprendí gran parte del ejercicio en territorio. A mi madre por ser esa persona incondicional quien aguantó amanecidas para no permitir que viaje sin desayuno hasta mi lugar de estudio, la persona que siempre está a mi lado, enseñándome buenos valores y guiándome por el camino del bien, dándome palabras de aliento para cumplir mis metas. También este logro va dedicado a mis hermanos, a mi abuela y a mi tía Beatriz Macías, quien siempre es incondicional con todos nosotros.

CÉSAR LUIS MACÍAS VELASTEGUÍ

5.- RESUMEN

El uso de las tecnologías de la información y comunicación- TIC, acercó a los medios convencionales a las plataformas web. Es que los públicos consumidores de información, han venido protagonizando una migración progresiva de lo convencional a lo digital. En ese contexto, los medios han sentido la necesidad urgente de seguir ese camino para estar en sintonía con sus públicos.

Teleamazonas, es uno de estos medios, su presencia en lo convencional se ha fortalecido, tanto en la web y todo lo referente a internet. Para aquello, la presente investigación tiene como objetivo determinar, el buen uso del Portal Web de Teleamazonas, conocer sobre la multimedialidad, que enmarca la forma de uso como medio y también de las audiencias. Para aquello se realizó un análisis de contenido a la plataforma antes mencionada.

En este trabajo se pudo identificar, los tipos de contenidos más difundidos, además de saber si se aplica de manera correcta a la multimedialidad, siendo esta una forma estratégica para informar de modo productivo y entendible.

Se efectuó la visita al medio de comunicación y se solicitó la información necesaria para poder analizar el contenido de las publicaciones, de la misma manera se realizó entrevistas tanto al director del portal, director de noticias y un reportero del medio.

Palabras Claves: Portal Web, Tecnología, Multimedialidad, Contenidos Periodísticos, Medios de Comunicación.

6.- INDICE

1.- DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD	1
2.- CERTIFICACIÓN DE TUTOR.....	2
3.- AGRADECIMIENTO.....	3
4.- DEDICATORIA	4
5.- RESUMEN.....	5
7.- INTRODUCCIÓN.....	8
8.- MARCO CONCEPTUAL.....	9
8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
8.2.- SITUACIÓN.....	11
8.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL	12
8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL	12
8.6.- OBJETIVOS	13
8.6.1.- OBJETIVO GENERAL:.....	13
8.6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	13
8.7.- JUSTIFICACIÓN.....	14
8.8.- VIABILIDAD LEGAL.....	15
9.- BASES TEÓRICAS.....	16
9.1.- ESTADO DE ARTE	16
10.- MARCO TEÓRICO.....	19
LA MULTIMEDIALIDAD COMO ÁMBITO	19
EL USO DE LAS REDES SOCIALES	20
INTERACTIVIDAD CON SUS CIUDADANOS.....	22
WEB 2.0	23
USABILIDAD	26
CYBERMEDIOS	27
CIBERPERIODISTAS.....	29
11.- METODOLOGÍA.....	31
11.1.- TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	31
11.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	31

MÉTODO INDUCTIVO	31
MÉTODO ANALÍTICO	32
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	32
CUANTITATIVA	32
CUALITATIVA	32
11.3.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	32
ENTREVISTA	33
ANÁLISIS DE CONTENIDO	33
12.- ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN / APLICACIÓN PRÁCTICA	61
13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
14.- CRONOGRAMA	64
15.- RECURSOS GENERALES	65
14.- BIBLIOGRAFÍAS	66

7.- INTRODUCCIÓN

Se conoce que la tecnología es un buen avance para la sociedad, teniendo en cuenta que, para un medio de comunicación, es de mayor importancia porque les facilita llegar a cada hogar, por medio de las plataformas virtuales gracias a la web 2.0.

Los medios de comunicación supieron aprovechar esta ventaja logrando un crecimiento en cuanto al alcance de su cobertura, aquellos que tenían un espacio local, regional o nacional pudieron llegar a ser conocidos en todo el mundo a través de sus páginas web, es el caso de Teleamazonas, canal que por medio de un equipo de comunicadores especializados en periodismo digital implementaron una plataforma, logrando publicar gran cantidad de información y teniendo una acogida de miles de usuarios.

Cabe destacar que, gracias a las TIC, se puede captar una gran cantidad de seguidores, esto por el uso de las distintas técnicas, una de ellas la multimedialidad, donde se integra el uso de vídeo, audio, texto, infografías y otros recursos, dando paso a que los portales web se conviertan en una de las opciones más completas de aquellos que buscan información en cualquier lugar y al instante.

Este trabajo de investigación inicia con el planteamiento del problema, dando pauta a un proceso investigativo, luego de esto se procede a la delimitación y definición de objetivos. Posterior a ello se tiene el marco teórico y los antecedentes que dan un ejemplo del uso de la multimedialidad en la plataforma virtual de Teleamazonas, dentro del marco metodológico se encuentran las variables y el tipo de investigación a emplear para poder obtener los resultados y en base a esto generar la propuesta.

8.- MARCO CONCEPTUAL

8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La multimedialidad y su presencia en los medios de comunicación es imprescindible, debido a la nueva era digital que se vive, dentro de este contexto se la define, "...como la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno y de manera yuxta-puesta o integrada" (Abadal; Guallar,2010, p. 42).

Resultando así importante que los medios de comunicación actuales, tengan elementos que comuniquen un mensaje claro, permitiendo a su vez realizar una serie de tareas. Con las cuales la información se convierte en mensajes en movimiento, para toda la red.

"En este sentido se resalta la importancia de los sistemas multimedia...Estos sistemas prometen un papel didáctico significativo en la enseñanza del futuro, al transmitir información por canales diversos, se pueden utilizar de modo individual e interactivo..." (Barros y Barros, 2015).

Logrando así que un medio de comunicación, se posicione debido a la calidad de contenidos, potenciando su multimedialidad y facilitando la interconexión: contenido-audiencias. Ese es uno de los objetivos que tienen los medios de comunicación del país, que cuentan con portales web.

Los medios, a través de sus portales web, utilizando herramientas tradicionales y contemporáneas, logran producir contenidos de fácil acceso, entendimiento y difusión. Una de sus premisas es mantener siempre presente los parámetros que deben seguir, quienes son parte de esta nueva forma de hacer periodismo, potenciando así, la manera de transformar los contenidos comunicacionales, en mensajes dinámicos, con cualidades que representan un

periodismo convergente, tal como se menciona en estudios de (Arpi y Romero, 2012 p.27) El periodismo multimedia alude a una de las características expresivas del nuevo periodismo, la de combinar códigos textuales y audiovisuales.

Promoviendo que los medios de comunicación convencionales, quieran formar parte de una transformación, que impulse el consumo de sus contenidos. Precisamente es lo que se busca en el portal web de Teleamazonas, un medio de comunicación que en sus orígenes ha sido televisivo, con cobertura nacional, y que, desde el año 2013 hasta la actualidad cuenta con este sitio web, mediante el cual los usuarios acceden a transmisiones en vivo, imágenes, texto y demás.

8.2.- SITUACIÓN

La multimedialidad, se ha convertido en un desafío para los medios de comunicación, porque deriva o se enmarca a lo que son los sitios web, dicho así, tienden y en los actuales momentos han superado a los medios tradicionales, claro está, sin que desaparezcan estos, porque algunos se han adaptado o siguen su forma habitual. Los que han acogido esta forma, utilizan fotografías, videos, animaciones y sonidos, que viene siendo un complemento a la hora de dar a conocer las informaciones.

En el contexto mundial, los medios de comunicación a diario enfrentan innovaciones y por ende deben de estar en constante cambio. Es así que la multimedialidad y su aplicación en los medios ha sido aprovechada para mantener informadas y sobretodo retener a las audiencias, esto por medio de las plataformas digitales, que cada vez son más competitivas.

En lo concerniente a contenidos periodísticos, en Latinoamérica y sobre todo Ecuador se ha puesto a la par con las tecnologías para mostrar contenidos en los portales web de forma interactiva. En el caso de los medios privados en Ecuador cada vez pugnan por mantenerse líder en información, es así, el caso de Telemazonas, quien desde sus inicios ha venido poniéndose a la vanguardia de las tecnologías, y a su vez implementó un portal web, donde ofrece contenidos periodísticos, contenidos que son combinados con textos, imagen, video, hipervínculos, más.

La realidad de los medios ecuatorianos es bastante competitiva, va desde querer tener más audiencia en las redes, hasta competir quien saca la información primero (inmediatez).

8.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Pregunta principal

- ¿Cómo se integra la multimedialidad en los contenidos periodísticos del portal Web Teleamazonas, durante el primer mes (enero) del año 2018?

Preguntas derivadas-sub preguntas

- ¿Cuáles son los contenidos multimedia más utilizados en el portal web de Teleamazonas?
- ¿En qué porcentaje se utilizan piezas multimedia cuyos contenidos presenten en conjunto, las formas básicas de información: texto, sonido, imagen fija y animada, etc.?
- ¿A qué sección del portal web de Teleamazonas se le aporta más contenidos multimedia?
- ¿A qué tipo de contenidos multimedia acceden más los usuarios del portal web?

8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL

Esta investigación se realizó en la ciudad de Guayaquil, provincia de Guayas, y tuvo su enfoque principal en el análisis de la multimedialidad y su aplicación en los contenidos periodísticos del portal web de Teleamazonas.

8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se efectuó considerando para el efecto, el mes de enero del año 2018.

8.6.- OBJETIVOS

8.6.1.- OBJETIVO GENERAL:

- Estudiar la multimedialidad y su aplicación en los contenidos periodísticos del portal web de Teleamazonas, durante el primer mes del año 2018.

8.6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar la aceptación de los usuarios del portal web de Teleamazonas, mediante la observación.
- Definir cuáles son los contenidos potencialmente dinámicos dentro del portal web
- Analizar las características de multimedialidad presentes en el portal web de Teleamazonas

8.7.- JUSTIFICACIÓN

Galan (2016) señala en una de sus investigaciones que, al dirigir un medio digital nace la necesidad de conocer e innovar en el campo de la tecnología para dominar las diferentes y variadas herramientas que ofrece internet al momento de construir y difundir mensajes de acuerdo al contexto social y tecnológico de la sociedad.

Impulsando así que los medios se empoderen y conviertan no solo en una fuente importante de comunicación, sino también en un potencial mecanismo de herramientas digitales que permitan que los usuarios tengan un contacto más dinámico con los contenidos que se difunden en la plataforma.

De manera que los medios tradicionales inmersos dentro de esta nueva generación 2.0, deben catapultarse para no perder su espacio “...estos medios tan importantes ahora tienen que buscar nuevos métodos y fórmulas para llegar al público e intentar competir con las TIC” (Bologay, 2015, p. 6).

Porque como ya hemos mencionado anteriormente, es importante que los medios logren una forma de comunicación integrada, que permita su presencia en la web. En la cual se demuestre la capacidad de manejo de este tipo de herramientas que invitan a que el usuario obtenga de manera simultánea información y contenidos, que antes no se podían enviar de manera inmediata.

Radicando ahí una característica importante que deben tener los medios de comunicación, tal como señala (Navarrete, 2016) en el marco de un nuevo sistema mediático como Internet, se ha desarrollado la inmediatez o instantaneidad como una de las características del ciberperiodismo. Se trata pues de una actualización constante de los contenidos digitales, minuto a minuto, las 24 horas del día.

Algo que los medios digitales, deben tener dentro de sus contenidos multimedia, para así tener un sitio web con un tránsito considerable de usuarios que consuman sus productos comunicacionales. Debido a esto la investigación planteada, es de carácter teórico y se realiza con el fin de estudiar las características utilizadas en el portal web de Teleamazonas y al mismo tiempo aportar conocimientos sobre este concepto tan global con el que deben contar los medios de comunicación actuales y de gran impacto dentro de un país, como lo es, el de Teleamazonas.

8.8.- VIABILIDAD LEGAL

En las normativas del código de ética de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en el capítulo III, Principios Éticos y de Conducta, dice lo siguiente: “el uso de información se define como la obligación de no difundir, sin autorización superior, toda la información que se maneja en la institución. No deberá utilizarla en beneficio propio o de terceros, o para fines ajenos al servicio, y de la que tenga conocimiento en razón del ejercicio de sus funciones.”, para esto la universidad busca crear profesionales que aporten a la sociedad desde el ámbito laboral y ético.

En el capítulo 3 del reglamento de régimen académico de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en su artículo 17 manifiesta que el “proceso de titulación. - Para efectos de su titulación, el estudiante podrá escoger entre la realización de un trabajo final de titulación o la rendición de un examen de grado o de fin de carrera”. Con este proceso de titulación se demostrará el manejo de del conocimiento adquirido dentro de la formación profesional en cada una de sus unidades académicas.

9.- BASES TEÓRICAS

9.1.- ESTADO DE ARTE

1.- Título de tesis de Grado: “Periodismo digital en Ecuador. La transición hacia nuevas formas de periodismo: Análisis de imagen del tratamiento informativo de la versión impresa y digital del diario El Comercio” Andrea Elizabeth Navarrete Montes, 2016

El objetivo de esta tesis es analizar de una nueva disciplina periodística, a partir de la complementación del formato impreso con la versión digital del diario El Comercio.

La metodología que se llevó a cabo esta investigación, se aplicó el método cualitativo. Aquella que se interesa saber cómo es y cómo ocurre la dinámica o el proceso de un asunto o problema y la etnografía virtual.

En conclusión, la versión digital del diario El Comercio, supera su versión tradicional – impresa- en cuanto a un nuevo soporte de difusión y producción de la información. Por su plataforma digital conjuga aspectos textuales, sonoros y audiovisuales, y de esta manera respalda de mejor forma sus contenidos. La versión digital evidencia un mejor nivel de usabilidad y accesibilidad.

2.- Título: “Ciberperiodismo en el Smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone” Carmen Costa Sánchez, 2012

El objetivo de esta investigación es de conocer cuál es el modelo que están aplicando las empresas periodísticas online, para informar y relacionarse con sus usuarios a través del

Smartphone. La metodología de la investigación es de un tipo de alcance descriptivo con un enfoque mixto tanto cuantitativo, como cualitativo.

Como conclusión se obtuvo que el soporte móvil está siendo concebido como un medio adecuado para estar informado de “lo último”, para echar un vistazo a los titulares del día. También se concluye que el medio móvil está descuidando las potencialidades de personalización, que constituyen uno de los principales puntos fuertes del dispositivo, que es, por encima de todo, un medio de uso personal.

3.- Título del estudio: “Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles” Javier Guallar, Cristófor Rovira y Sara Ruiz, 2010

El objetivo de este trabajo es de analizar la presencia de contenidos multimedia en la prensa digital española en la actualidad, así como los sistemas existentes para su búsqueda y recuperación.

El método este estudio es cuantitativo, en el cual se ha cuantificado los contenidos multimedia y su distribución en el sitio web, a lo largo de seis meses y se han analizado los sistemas de multimedia que presentan.

En conclusión, se da que la presencia de los diferentes formatos multimedia en los diarios digitales es muy desigual. Destaca la utilización de fotografías que es superior a otros formatos.

4.- Título de Tesis: “El periodismo tradicional frente al periodismo digital la reconstrucción del lenguaje periodístico: un estudio sobre el manejo de las páginas webs de los rotativos el comercio y el extra durante el mes de diciembre 2010” Carla Loiza y Óscar Molina, 2011

El objetivo de esta investigación es analizar como los periódicos ecuatorianos, El Comercio y El Diario Extra, utilizan las técnicas periodísticas en sus páginas webs informativas.

En este trabajo de tesis se concluye que la evolución del periodismo está ligada al desarrollo tecnológico de los medios de comunicación; cuyo funcionamiento y alcance también cambia de acuerdo a la sociedad de la época.

5.- Título: “El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y contenidos” Liliam Merrero Santana, 2008

El objetivo de dicha investigación es de analizar la mediación de los rasgos del reportaje tradicional y de la comunicación en red en el reportaje multimedia del periodismo digital actual.

En la metodología de esta investigación se usó un enfoque cuantitativo. En conclusión, los rasgos de la comunicación en red, por sí solos, no garantizan la calidad del reportaje. Su concepción ideal no implica sólo que sea interactivo, hipertextual y multimedia, sino que esté mediado por una intencionalidad específica y encarne los valores substanciales e históricos del género.

6.- Título: “Medios impresos y aproximaciones al periodismo digital” Rodrigo Alejandro Martínez Semanate, 2016

El objetivo de este proyecto de investigación es identificar como hacer del periodismo impreso hacia el digital y como este reinventa el oficio del periodista.

La metodología para la realización de esta investigación se empleó el enfoque cuantitativo con un método deductivo-inductivo partiendo de las premisas generales sobre la crisis

económica de los medios impresos y el papel del periodista dentro de los nuevos medios digitales. Como conclusión se manifiesta que, a pesar de la evidente crisis de medios convencionales, los medios digitales suponen una evolución en la prensa impresa, que permite entregar información en tiempo real y desde cualquier lugar del planeta.

10.- MARCO TEÓRICO

LA MULTIMEDIALIDAD COMO ÁMBITO

Gracias al avance de la tecnología se han suscitado grandes cambios en el internet que son de importancia, en la cual se lo vincula al mundo del periodismo. Al ser el periodismo, un oficio que está en constante avance, debe aplicar los nuevos métodos que demanda la actualidad (Salaverría, 2009).

Este nuevo periodismo, Angulo (2016), lo define como periodismo digital o periodismo joven, que busca compartir nuevas características, adentrarse a un nuevo mercado y apartarse de lo tradicional sin perder su identidad.

(Salaverría, 2009) dice que el nuevo contenido que demanda la actualidad, incluye una combinación de varios elementos que contienen, al menos, “lingüística – textuales, visuales y sonoros”, que es lo que define como multimedialidad (p. 11).

(Molina, 2012, p. 40) asegura que la característica de multimedia, permite a los ciberperiodistas presentar la información de una manera más completa y dinámica con los recursos que menciona (Salaverría, 2009, p.11) porque este conjunto de estrategias, otorgan un valor más veraz a la información que un medio presenta y capta una mejor atención del público.

Entonces se puede analizar que la multimedialidad se basa en agrupar contenidos de audio, texto, vídeos, imágenes, sonidos y animaciones, en las diversas plataformas que ofrece internet en el ámbito periodístico; es decir, que se basa en romper las barreras de lo tradicional a lo actual y crear espacios interactivos para el público sin perder su fin, que es informar.

Ante toda esta demanda de actualidad, surgen plataformas interactivas como las redes sociales, que brindan al público, una nueva forma de informarse.

EL USO DE LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales sirven para que las personas se mantengan informadas por medio de plataformas como: Facebook, Twitter, Hi5, Instagram, otras; la premisa es poder llegar a los usuarios y estar en contacto, pero, por definición, es una aproximación interdisciplinar y un punto de partida privilegiado para renovar nuestra visión de los social (Molina, 2012).

Las redes sociales tienen una rica tradición en la antropología cultural (Lozares, 1996. Pág.3) las redes sociales se la definen como un conjunto delimitado de actores, entidades sociales en la que se vincula diversos tipos: individuales, empresariales unidades colectivas etc. (Lozares, 1996). En redes sociales existe una evolución indiscutible gracias a internet y su plataforma principal, la Web 2.0; para esto mencionaremos las principales, es decir, las que, en la actualidad, son de mayor utilidad:

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Correo Electrónico

Otras plataformas que también están vinculadas con el estándar de redes sociales, pero que son consideradas de menor utilidad para los usuarios son:

- Hi5
- MySpace, E
- Infinitudes de plataformas web.

Las redes sociales permiten localizar a personas, chatear, enviar mensajes privados o públicos; crear eventos y postear fotos. Su uso es muy positivo para las personas que saben manejarlo con cautela.

La tecnología es la información, la comunicación para los usuarios, por eso su uso en las redes es privilegiado, aunque algunas veces pueden producir consecuencias adictivas, la adicción es una definición patológica.

Según Noguera (2010), Facebook es una red social que permite que el usuario se conecte hacia un tema, pueda debatir y analizarlo con un grupo interesado en el mismo contenido. Para el autor, es importante, pero a la vez una tarea pendiente que los medios de comunicación se unan a estas plataformas para crear un mejor espacio de interacción y retroalimentación.

Noguera (2010), considera que al inmiscuirse a los medios de comunicación en las plataformas sociales, que son medios que brindan inmediatez, se podría crear una guerra por audiencia y la información brindada podría salirse de contexto o tergiversarse.

INTERACTIVIDAD CON LOS CIUDADANOS

(Vixtha, 2017) describe la interactividad como un elemento donde los usuarios tienen posibilidades de comunicarse con otros usuarios a través de un medio; y, por otro lado, a las diferentes acciones que un usuario puede realizar dentro del medio digital.

(Costa, 2012) dice que al ritmo de difusión que se está logrando por medio de las nuevas tecnologías, el mercado de usuarios que se genera resulta muy atractivo para las empresas informativas. Esto da paso a que se vuelva una ventana con un sinnúmero de beneficios para crear reacciones.

La interactividad con los usuarios se complementa de todas las formas posibles, tanto en lo tradicional, como en lo contemporáneo; es decir en televisión o radio; además cuando se mantiene el contacto a través de las plataformas de redes sociales al uso de internet y/o llamadas.

La interactividad se la puede manifestar y/o conocer en diferentes niveles y hacer la participación con la web. En lo general, a los principales sitios (Bachman, 2012).

También consiste en compartir y de un tema en específico ser autor dando una opinión, en la interactividad también es comentar y dar un me gusta a las publicaciones, en la que gracias a la tecnología se puede implantar estas acciones.

La posibilidad de comentar noticias es algo novedoso, al igual que la opción de generar contenidos propios que, como parte de la esencia del periodismo ciudadano, estaría llamada a ser una alternativa de obligada referencia (Costa, 2012).

La interacción es fundamental para las plataformas web, es la que obliga a medios tradicionales el proceso de producción de noticias y en cual se pueda participar voluntariamente (Bachman, 2012).

Conceptos que paso a una división de la interactividad. Existen dos tipos de interactividad. La primera es la posibilidad de hacer clic en los contenidos. Se trata de un contacto del usuario con su ordenador. Denominada interactividad selectiva. La otra es la comunicativa. Es la interactividad que permite a los usuarios comunicarse entre sí a través del soporte digital.

(Rost, 2006) dice que la interactividad comunicativa alude a las posibilidades de comunicación y expresión que tiene el usuario en los contenidos. El internauta busca dialogar, discutir, confrontar y de alguna forma entablar comunicación con otros.

También expresa que la interactividad selectiva es aquella que alude a las posibilidades de control que tiene el usuario para poder difundir información. Eligiendo el ritmo y la secuencia de la comunicación. El usuario elabora arma su propia línea en la exposición del medio.

WEB 2.0

A principios de la década de 1990 nació la conocida Word Wide Web, que solo ofrecía contenidos textuales agrupados en los famosos hipervínculos o links.

Pero con tiempo estas ideas han ido avanzando y fortaleciéndose con nuevas características y funciones, dando para a un mundo abierto y sin límites.

La tecnología de manera vertiginosa día a día va desarrollándose con nuevos avances y uno de esos maravillosos alcances es la aparición de las herramientas de la Web 2.0 son

recursos de autoayuda en todas aquellas tareas empleadas en distintas áreas, en las que se deben adaptar permanentemente a las características de la ciencia y la tecnología. (Carrillo, 2017)

(Martínez, 2010), cree que la Web como plataforma (los contenidos, las aplicaciones y los servicios) están disponibles en la propia web y no en el computador del usuario. La información se almacena en los servidores de las diferentes herramientas web y el usuario tendrá siempre acceso a ella cada vez que se conecte a Internet.

Para (Santiago; Navarra, 2012), las aplicaciones disponibles en la Web 2.0 ayudan a los usuarios, incluso a aquellos con poco conocimientos en las TIC, a navegar por los espacios virtuales y a encontrar aquello que realmente buscan, bien sea video, audio, texto, imagen o animación, utilizando para ello diferentes canales (redes sociales, sistemas de almacenamiento de contenidos, conocimiento colectivo, etc.)

(Dreier, 2005) en definitiva, les permite beneficiarse de todo el potencial (sufriendo muchas veces los problemas añadidos) que significa compartir espacios virtuales.

En la web 2.0 los protagonistas son todos los usuarios que acceden, comparten y generan contenidos (Santiago; Navarra, 2012. p.23).

Según el autor Carballar (2012), la web 2.0 hace referencia a las aplicaciones web que ofrecen servicios interactivos en red, como por ejemplo las redes sociales, blogs, compartición de fotos y videos, entre otros, lo cual hace posible que los socios aporten, colaboren e intercambien ideas o contenidos. (Sigcha, 2015)

La web 2.0 permite crear, mantener e intensificar las relaciones, en la actualidad se puede observar una de las propuestas más interesantes que surgieron de las aplicaciones web 2.0 como son las redes sociales Facebook, Twitter.

Una página web 2.0 puede tener elementos que permitan la comunicación entre el usuario y la información, permitiendo al usuario acceder a datos de manera interactiva, debido a que la página web responderá a las acciones tales como enviar formularios, participar en juegos y acceder a gestores de bases de datos (Sigcha, 2015, pág. 49)

Con la facilidad del navegador muchas aplicaciones hoy por hoy se concierten populares, es muy práctico su uso. Existen diversas aplicaciones como: tiendas en línea, weblogs, web mails entre otros.

El formato actual de weblog según (Martí, 2005), edita una columna de contenido escrito, visual, sonoro o audiovisual, en orden cronológico inverso, siempre a la vista lo último publicado. Las especificaciones de la sede, sus fuentes y herramientas figuran enlazados al lado de los textos.

Pero muchas destacan en la nanocomunicación social, son el alma actual de activas comunidades virtuales y de sus medios periódicos de comunicación.

Para (Martí, 2005. p.267), La nanocomunicación es más reducida en datos brutos de alcance, aunque con datos acumulados relativos puede ser más significativa que las micro audiencias de algunos medios de comunicación digitales.

Según Rivera (2013), estamos viviendo una etapa que donde la web social o participativa, más conocida como web 2.0 empieza a crear medios netamente nativos digitales. Estos no tienen antecedentes de medios tradicionales; es decir, que no tienen que adaptarse a los nuevos cambios, porque ya son parte de ello.

En la Web 2.0 los protagonistas son los usuarios, dado que a través de los recursos que se les brinda, pueden compartir acceder y generar contenido; anteriormente la Web 1.0 brindaba un estado estático (Santiago y Navaridas, 2012).

(Santiago y Navaridas, 2012) señalan que ante la explosión de la Web 2.0, es necesario tener un control de la información y el usuario deben mantener una responsabilidad en los contenidos que publica, ya que estos, al ser parte de la opinión pública, muchas veces puede crear un impacto negativo hacia su entorno.

Entonces, se puede analizar que, los entornos Web 2.0 se están convirtiendo en un recurso potencialmente dinámico y revolucionario para los medios de comunicación, dado a que ofrecen alternativas donde a través de plataformas o redes sociales congregan hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

USABILIDAD

Tras la demanda existen millones de páginas webs creadas por organizaciones, empresas, instituciones y usuarios que buscan decir algo a través de internet. Todo este contenido publicado debe ser manejado de manera clara para que sea entendible y cómodo de buscar (Hernández y Ríos, 2005).

Actualmente los sitios web crecen de una forma exponencial, al igual que su información. Debido a este crecimiento incontrolado, se hace necesario que las entidades u organizaciones se preocupen en proponer nuevas alternativas o estrategias que faciliten el uso de estos sitios web (Solarte y Ocampo 2010).

La usabilidad es un término que se utiliza para poder saber que tan fácil es poder usar un producto o servicio. En las páginas web la usabilidad compone una característica necesaria, puesto que de este factor penderá el éxito de la página o su fracaso.

Es importante señalar que la usabilidad dentro de los avances tecnológicos, como es el caso de Internet, posee un desarrollo lento, pero se realiza de forma constante, es por ello que

en la actualidad existe una gran cantidad de sitios con una arquitectura compleja (Hernández y Ríos, 2005 p. 2) .

Muchas características y atributos de calidad de artefactos web, tales como usabilidad, navegabilidad, seguridad, características de búsquedas y recuperación de información, mantenibilidad, accesibilidad, deficiencia, y aspectos de funcionalidades específicas del dominio, por mencionar algunas, deben ser sistemáticamente poseídas en cuenta durante el proceso de desarrollo, de modo que se pueda garantizar la calidad en consideración de la satisfacción de los requerimientos de los diferentes perfiles de usuario (Solarte,2010).

La usabilidad se debe considerar para cualquier proyecto en donde intervenga una tercera persona. Y hace referencia al uso de los objetos de tipo electrónico o tecnología informática de uso diario, resaltando la manera en cómo y con qué facilidad usamos estos productos o servicios. Jacob Nielsen considerado el padre de la usabilidad web define el termino en consideración a la información en Internet como “el atributo de calidad que mide la facilidad de las interfaces web" con esto quiere decir que no tiene importancia el diseño o lo genial que se vea tu sitio web, si es complicado de usar (Sánchez; et al, 2016)

(Solarte y Ocampo 2010) recomiendan que una página web debe tener un toque de simplicidad en sus secciones, colores, fondos para que permita al usuario facilitar una navegación amigable al cliente o usuario. Además (Hernández y Ríos, 2005) también comparten el criterio de mantener principios básicos de usabilidad, ya que beneficiará a los creadores y consumidores porque se creará un espacio placentero.

CYBERMEDIOS

Se conoce como cybermedios, todos los medios de comunicación que participan junto a la web o en diversas plataformas digitales, por su facilidad e inmediatez para llegar a todos los

usuarios del mismo. Mayormente es utilizada en ámbitos académicos y de investigación del periodismo digital para evitar expresiones perifrásticas como “medios de comunicación digitales”, “diarios electrónicos”, “periódicos en red”, etc. (Montiel, 2000).

La evolución del periodismo digital o ciberperiodismo ha avanzado de la mano de la expansión de la Sociedad de la información y de los cambios en los hábitos de consumo de noticias (López García, 2015; Meso Ayerdi, 2006; Yunquera Nieto, 2016), citado por (Salaverría, Martínez y Breiner 2018, p. 1036). Ante esta demanda tecnológica, se ha obligado a los medios a lanzarse a la conocer el territorio donde se encuentra la información del siglo XXI.

(Salas, Hernández y Realyvasquez, 2018), dicen que los medios digitales son modelos interactivos que incorporan interactividad entre los emisores y los usuarios. Estos favorecen la participación de la audiencia en red lo que podría generar un mejor conocimiento de las necesidades del público

Para los autores mencionados es importante que se realicen estudios a los cybermedios para poder aportar información de interés y dar mejoras en la accesibilidad y calidad en sus portales

Según (Jiménez, Aguilar, Sánchez y Pérez – Montoro, 2018) es necesario que los medios de comunicación se vinculen a los aparatos móviles para brindar una información de manera más directa con el usuario

(Rivera, 2013) en su investigación “*Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen*”, estudia los contenidos que los medios publican del país, estudian y la información que difunden en internet.

El autor concluye con que el texto y las fotos son los recursos más utilizados en los medios, y, el vídeo es la herramienta multimedia más insertada.

Esto en si por la aceptación y cultura de quienes consumen, ya que una buena redacción acompañada de excelentes imágenes va a captar la atención de un lector. En cambio para aquellos que son más extrovertidos y que buscan un poco más, se encuentra el video que es uno de los recursos multimedia más completo, aquí se puede incluir todo en un solo producto. Quedando completo y listo para formar parte del agrado de muchos.

(Odriozola y Marqués, 2017) una de las estrategias corporativas que deben utilizar los cybermedios son las redes sociales, ya que son el nuevo canal de difusión de la noticia. Pero estos deben crear un buen vínculo entre el público, como responder los mensajes que el usuario hace; además se debe considerar la velocidad de respuesta.

En la investigación (Odriozola y Marqués, 2017 p.244), de los cybermedios tanto los ecuatorianos como los extranjeros, muestran una carencia en su capacidad de interactuar con sus audiencias en Twitter.

El concepto de cybermedios nos permite ubicar un nuevo contexto frente al periodismo tradicional y extraer tres rasgos característicos: su carácter online en los respectivos ámbitos de producción, distribución y explotación comercial (es decir, sin la existencia de una avanzada infraestructura tecnológica resulta inviable); la multimedialidad de sus contenidos, al asociar textos, imágenes estáticas y en movimiento y sonidos.

CIBERPERIODISMO

Ramón Salaverría citado por (Rivera, 2010, p. 1) ciberperiodismo es “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

El ciberperiodismo busca establecer a través de un espacio que el usuario manifieste sus sentimientos y reflexiones. (Navarro, 2013) explica que la libre expresión de los usuarios es indispensable en estos espacios porque genera una retroalimentación.

Hoy en día los ciberperiodistas no sólo son los profesionales de la comunicación, sino que también los ciudadanos que manejan plataformas o redes sociales.

Basta un dispositivo móvil, conocimiento en alguna red social y las ganas de dar a conocer todo tipo de contenido que se genere en el entorno que lo rodee.

Esto da paso a un nuevo mundo, donde la comunicación se vuelve general y donde cada persona que incursiona se crea su propio medio y ambiente.

Pero esto, no sólo es beneficio para los ciberperiodistas no profesionales por decirlo de alguna manera, los medios de comunicación ya constituidos y legalizados, también se aprovechan de esto, haciendo uso de los contenidos que se generan, para los diferentes programas o plataformas que manejan.

Sin embargo, (Navarro, 2015) dice que al usar contenido de ciberperiodistas, no se cotejan las fuentes primeras de donde proviene la información, en el periodismo sigue prevaleciendo la idea de que si está en Internet la información es correcta, cuando la realidad es al contrario. Es decir, la mayoría de los contenidos de Internet es falsa.

Una de las ventajas que más prevalece es la de publicar cualquier contenido, sin importar la repercusión que este tenga, ya que las redes sociales y portales web no son regulados por ningún órgano del estado. Los casos más frecuentes, por ejemplo, son aquellos de crónica roja, donde las imágenes son captadas con morbo, con el fin de acaparar más atención.

11.- METODOLOGÍA

11.1.- TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva

Esta investigación fue de tipo descriptiva, dado que se identificó la multimedialidad y su aplicación en los contenidos periodísticos del portal web de Teleamazonas, durante el mes de enero del 2018.

En esta investigación se buscó explorar todo el uso de la multimedialidad, para posteriormente describir y detallar lo encontrado dentro de la investigación.

Según Sampieri (2010) “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.”. (Pág. 80)

11.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos que se utilizaron en esta investigación son el inductivo y el analítico. El primero, porque a través de las entrevistas que se realizaron en Teleamazonas, se pudo sacar conclusiones sobre el uso de la multimedialidad, además de tener noción sobre su aplicación. El último, porque a través de los datos proporcionados se pudo hacer el análisis de su productividad y tipos de publicaciones.

Método Inductivo

El método Inductivo intenta ordenar la investigación tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde la acumulación de datos particulares.

Método Analítico

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se encuadró en un enfoque mixto, tiene carácter cualitativo y cuantitativo. Según Estrella, M (2016) porque debido a que en Ecuador no se han realizado estudios profundos referentes con la web dentro de los medios de comunicación, así ver su usabilidad y multimedia (p.45)

Cuantitativa

Permite proyectar resultados exactos y reales del trabajo de investigación, ya que se aplican procedimientos numéricos. En este caso, se evaluaron números con los datos proporcionados por el departamento digital de Teleamazonas.

Cualitativa

A través de esta modalidad se recogió el discurso del encargado de la entrevista y los resultados de la observación con el fin de apartar con datos de relevancia en la investigación, y fue así como se observó las características y recursos de los cuales se hacía uso en cada noticia que se difunde en el portal web de Teleamazonas.

11.3.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se aplicaron dos técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos

Entrevista

Para (Gallego, 2002), la entrevista es una conversación ordinaria, con algunas características particulares. Como una situación, normalmente entre dos personas, en la que se van turnando en la toma de la palabra, de manera que el entrevistador propone temas y el entrevistado trata de producir respuestas localmente aceptables.

Dirigida a los encargados de la página web de Teleamazonas, al productor de noticias y a varios reporteros del noticiero 24 Horas para conocer cuál es su noción sobre los temas publicados y que contienen la aplicación de técnicas interactivas dando paso a la multimedialidad en sus contenidos periodísticos.

Análisis de contenido

Para (Berelson, 1952), El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida.

Elaborar un cuadro de análisis con criterios, sub-criterios e indicadores a investigar para determinar la presencia, periodicidad en su uso de la multimedialidad en los contenidos periodísticos del Portal Web de Teleamazonas.

INSTRUMENTOS.

- Cuestionario de preguntas.
- Cuadro de variables
- Gráficos y cuadros estadísticos

MUESTRA

Se obtuvo un muestreo simple de los contenidos sobre las noticias con multimedialidad que fueron publicadas en la Página Web de Teleamazonas, durante el mes de enero del 2018.

UNIVERSO

Las noticias que fueron publicadas en el portal web del canal Teleamazonas durante el mes de enero del año 2018, considerándose para el efecto un total de 30 días.

La investigación se realizó en base a las publicaciones de noticias en el mes de enero del 2018 y en base a las respuestas de los administradores de la página, productor de noticias y los reporteros de Teleamazonas.

DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

ENTREVISTAS

ENTREVISTA A: Alejandro Bedón

CARGO: Periodista Web

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Es la integración en el hipertexto de distintos medios digitales.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

Por lo general, las imágenes fijas e imágenes en movimiento le dan otro estilo a información, más llamativa.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Los temas que más captan la atención de quienes consumen información en nuestro portal son político y deportivo. De ambas, los contenidos políticos llevan la ventaja, porque causan reacción al tener que ver con el país y quienes lo dirigen.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

En la página web de Teleamazonas se encuentran características fundamentales de lo que es la multimedialidad, que son: imagen fija, imágenes en movimientos, palabras, videos, entre otros y la inmediatez a cargo del grupo de cuatro periodistas web.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

En Facebook, ya que es mayormente utilizada por todos los públicos; aquí se puede comentar, compartir, dar me gusta o calificar con alguna reacción.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

No todos, porque se reciben comentarios ofensivos, pero así mismo se obtienen buenas opiniones y consejos que uno acota.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Sí, porque generan mucha información y educa a la personas, no sólo a mayores sino que también a niños, dando paso a una nueva generación con más conocimiento de un sinnúmero de temas de importancia para el país.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, porque es de mayor entendimiento. Como se menciona, una imagen dice más que mil palabras. Además se puede captar gran cantidad de público, porque se presenta información para todos los gustos y con todos los recursos.

ENTREVISTA A: Karo Simbaña

CARGO: Periodista Web

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Es un sentido amplio de lo antiguo a la comunicación humana, multimedialidad es todo un dispositivo en el cual se emplea las tecnologías digitales fusionadas con recursos digitales como videos, audios, fotografías, textos y otros.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

En lo personal considero que las imágenes y videos. Pero en su totalidad el video sería el más completo que posee la página. Ya que en la edición se agregan más recursos por medio de los software.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

El deportivo y el político. Ya que son temas que causan reacciones buenas o malas, dependiendo el usuario.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

En la página web de Teleamazonas se encuentran características muy importantes, como por ejemplo: un fácil acceso a la red, el dinamismo y la agilidad.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Lo que es Facebook y Twitter. Pero para mi manera de pensar el Facebook es la red social más importante porque va de la mano con el portal, además aquí se ve presente todo tipo de usuario, obteniendo la atención incluso de jóvenes.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Cada uno tiene su opinión y es respetable, pero se debería también dar paso a más contenidos locales ya que eso es lo buscan los ecuatorianos.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Sí, logramos llegar a todo el público para que puedan conocer y tener mucho conocimiento.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, porque se puede mostrar más de lo que es. Por ejemplo al incluir un video aquí ya no se vuelve más extensa la noticia, sino que todo es un complemento.

ENTREVISTA A: Alfredo Márquez

CARGO: Periodista Web

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Defino a la multimedialidad como la utilización de los diferentes medios audiovisuales para difundir información y satisfacer a la audiencia.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

Aquellos que son múltiples a la información como por ejemplo: textos, gráficos, sonidos, animaciones entre otros.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Por general están lo político y deportivo.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

En la página web de Teleamazonas se encuentran todo tipo de información y lo mejor posee una accesibilidad inmediata y es muy ágil.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Facebook y Twitter. Ahora que estamos más vinculados en Instagram porque tenemos muchos seguidores.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Sí, en el país en general y hemos sido aceptados internacionalmente por medio de las plataformas digitales.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Sí, porque se basan en informar de una manera adecuada, además existen muchos temas que educan más que todo a niños.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, la multimedialidad mejora la calidad de la información sabiéndola aprovechar y siendo profesionalmente responsable, sino, caso contrario la deteriora.

ENTREVISTA A: Sebastián Quilotoa

CARGO: Periodista Web

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Multimedialidad es el concepto que abarca varias etapas que antes formaban parte de medios individuales en una sola.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

El medio de comunicación, en este caso Teleamazonas en su portal web se convierte en multimedia cuando se produce la generación de audio, videos en diferentes plataformas y además textos cortos.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Lo social y político, ya que en lo social se enfoque hasta lo mínimo de un cierto grupo, sector o ciudadano vulnerable, que necesita ayuda; así como también emprendimiento y más temas. Y lo político porque sabemos el estilo del medio y su fuerte es justamente esto.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

La agilidad y la inmediatez. Ágil porque contamos con un equipo grande de reporteros web que nos encargamos de mantener informados al instantes e inmediato porque contamos con una cobertura nacional con reporteros y corresponsales en todo el país así como también alianzas con medios internacionales, si hablamos de información de otros países.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Facebook porque es la matriz donde se enlazan el resto de redes y plataformas, por ejemplo, desde el canal de YouTube se puede compartir a la red y comenzar a generar reacción de todo tipo y a cualquier hora.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Sí, porque somos una plataforma completa, tratamos de cubrir todo el mundo y satisfacer las necesidades en cuanto a la información.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

No siempre. Hay irresponsabilidad en el manejo de la información. Mucha espontaneidad.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí porque permite informar de una manera completa y brinda opciones para todos los gustos.

ENTREVISTA A: Luis Fonseca

CARGO: Productor de Noticias Teleamazonas

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Defino a la multimedialidad como la utilización de los diferentes medios audiovisuales para difundir información y satisfacer a la audiencia.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

Creo que el recurso que más se aplica es el video porque en este se enfoca la combinación del resto de medios, aquí en breves dos minutos podemos encontrar de todo, texto, imágenes, infografías, etc.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Sin duda lo político. Somos de los pocos medios que nos enfocamos y destinamos nuestros equipos de cobertura a darles prioridad a los políticos, sus acciones, sus proyectos y todo lo relacionado a lo que tenga que ver con el país.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Es un portal inmediato, nos manejamos bastante por medios de chat con el fin de estar enterados de todo lo que pasa en el país y el mundo, una vez que se generó un hecho noticioso nuestros colaboradores son los encargados de darnos a conocer para su posterior publicación.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Contamos con un conjunto de redes que se complementan, tenemos para todos los gustos, sin embargo la que más aceptación tiene es Facebook, red que convierte es una de las principales ya que bordea los dos millones de seguidores.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

No siempre ya que aún trabajamos en lugares específicos dejando de lado algunos sectores no menos importantes, sino menos productivos en cuanto a la generación de noticias.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Rara vez, porque por querer ser los primeros en informar uno no se fija en que la información sea veraz, así mismo en ocasiones no se le da un buen uso.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, porque vuelve la información más entendible y detallada por medio de todas las técnicas presentes en la multimedialidad.

ENTREVISTA A: Carlos Sacoto

CARGO: Reportero de Noticias Teleamazonas

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Defino a la multimedialidad como la interacción generada por el uso de recursos importantes en la comunicación, llámese a estos videos, textos, audios, imágenes e infografías.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

Los recursos más aplicados desde mi óptica son las imágenes acompañadas de un texto pequeño donde se detalle el acontecimiento.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Los temas políticos de investigación, entre ellos una mala gestión o la aprobación de obras que en la actualidad se encuentran paralizadas o que simplemente no cumplieron con la necesidad por la que fueron construidas.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Creo que para que tenga una buena acogida en la actualidad, se debe utilizar una buena interfaz, con colores, una estética impecable y un facilidad de entendimiento para que todo tipo de públicos navegue y se informe de una manera muy sencilla.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

En mi criterio y por mi gusto YouTube se quedaría con el primer lugar, aquí encontramos videos de noticias y los noticieros completos como para informarnos bien y a cualquier hora.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

La mayor parte del país está contenta, un pequeño número se sentirá inconforma por no ver ciertos reportajes en la página, pero aquí funciona un análisis previo de saber si es idóneo o no publicar.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

En el caso de Teleamazonas sí, ya que nos enfocamos en temas importantes y bien procesados cuidando todos los aspectos necesarios.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Al poseer en un sólo sitio una información contada por varios medios sí, esto sirve para captar más audiencia.

ENTREVISTA A: Andrea López

CARGO: Reportera de Noticias Teleamazonas

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Defino a la multimedialidad como la integración de varios recursos u opciones de informar en un sólo archivo, elemento o contenido.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

La mayoría son aplicados en distintos casos, después del análisis previo se escoge el recurso más idóneo con el tema y se lo realiza para publicar.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

La crónica roja tiene gran acogida, en las costumbres de nuestra gente aún se encuentra presente el morbo, lo que hace que temas donde se registran fallecido o heridos siempre van a ser un punto de atención.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Cuenta con una diagramación muy variada, con secciones de todo ámbito y además supo acoger en esta página los distintos programas. Así que se puede decir su estructura y contenidos se encuentra muy completo y dinámico además muy entendible y manejable.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Tenemos para todos los gustos, sin embargo la que más aceptación tiene es Facebook, red que se convierte en una de las principales. Cada vez que se comparte una publicación, permite que el medio crezca porque se difunde a través de los usuarios.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Depende de la necesidad de quienes visitan el portal y lo que buscan, sin embargo en Teleamazonas se encuentra de todo y de gran parte del mundo.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Sí, sirve como medio de retroalimentación y se nota con facilidad en dos maneras: la educativa e informativa.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, porque vuelve la información más detallada.

ENTREVISTA A: Douglas Reyes

CARGO: Reportero de Noticias Teleamazonas

1. ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

Según mi criterio, defino la multimedialidad como la nueva manera de informar con recursos más dinámicos, llamativos y fácil entendimiento.

2. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

Cada noticia posee un recurso multimedia por lo mínimo, pero en Teleamazonas se trata de usar lo más que se pueda. Hacemos la información atractiva por medio de videos y fotos.

3. ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

La crónica roja tiene gran acogida, al igual que los temas sociales y mucho más los temas políticos y deportivos.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

Es un portal que en mínima ocasión ha colapsado. Siempre se mantiene activo y actualizado con los temas que se generen durante los siete días de la semana.

5. ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

El Facebook y el YouTube son los que presentan más acogida, además tiene la ventaja de que pueden ser fusionados con el portal web.

6. ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Existen temas de todos los cantones y provincias; sin embargo hay ciudadanos conformes y no conformes por sus distintas maneras de pensar y consideran que todo es publicable, pero muchas veces no lo es.

7. ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Se basa más que todo en el hecho de informar y crear un grado de cultura en los ciudadanos.

8. DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Sí, esta se vuelve completa desde todos los puntos, más entendible y llamativa.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.

La entrevista partió como punto importante dentro del trabajo de investigación, por lo que a través de ocho preguntas el director de noticias de Teleamazonas, el equipo digital del medio compuesto por cuatro comunicadores y varios reporteros de noticias dieron a conocer su punto de vista acerca del mundo de la multimedialidad y su aplicación en los medios de comunicación, especialmente en el portal web de Teleamazonas.

Luis Fonseca, cree que los medios de comunicación se están apropiando de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, lo cual es positivo en vista que los medios plantean convertirse en una opción mundial a través de internet.

Por su parte Carlos Sacoto, quien ejerce de periodista investigativo está convencido que la multimedialidad de los medios y su buen uso se define con una sola palabra <interacción>.

Pensamientos similares provienen del resto de elementos de reporteros de Teleamazonas, quienes ven al portal web como una puerta al futuro, donde no solo el medio se beneficia sino también su profesionalismo en la elaboración de noticias.

Jorge Bedón, quien se convierte en el corazón de la página web, al manejarla destaca que en el medio donde trabaja se tiene un equipo especializado conformado por cuatro periodistas digitales, quienes se encargan de subir la información de manera inmediata, el también menciona la forma completa de informar y las opciones multimedia con las que cuentan, las cuales se dirigen hacia todos los gustos.

Sin embargo, todos coinciden que esta puerta abre paso a nuevos caminos y que de a poco, cada vez son más usuarios quienes buscan publicaciones de manera eficiente e inmediata.

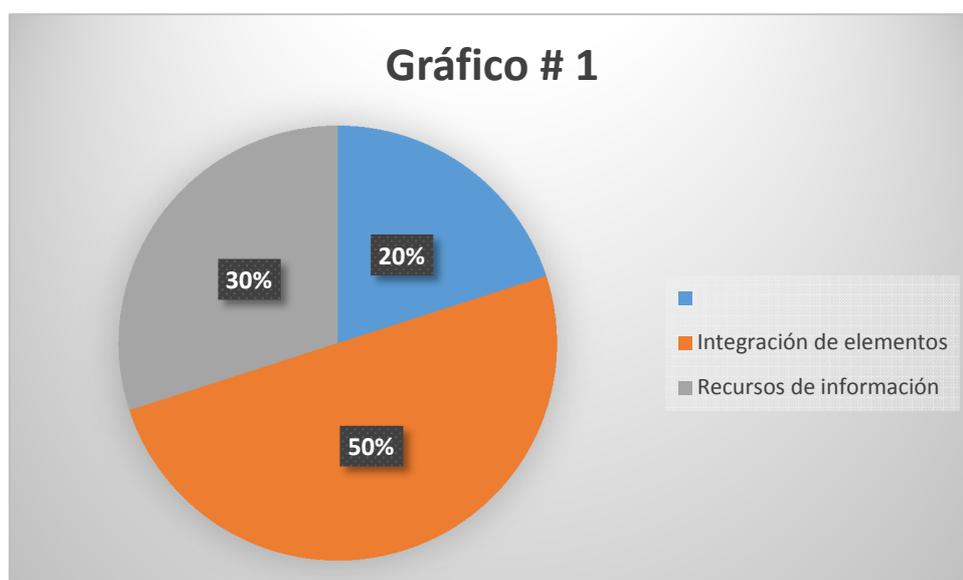
Teleamazonas es un canal de televisión ecuatoriano fundado el 22 de febrero de 1974 y que no ha dejado de lado la innovación en cuanto a las TIC, brinda así una completa interactividad con quienes consumen información en la Web, abriéndose paso a nuevas audiencias a nivel mundial gracias a la plataforma virtual.

Cabe destacar que, la aplicación de buenas técnicas de multimedialidad está presentes en las 1.200 publicaciones mensuales que emite esta plataforma, llegando al punto que se puede decir que existe la integración digital de diferentes tipos de medios dentro de un único sistema tecnológico.

ENERO DEL 2018- TABULACIÓN DE DATOS

TABLA 1: ¿CÓMO DEFINE LA MULTIMEDIALIDAD?

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Innovación	20	20%
Integración de elementos	50	50%
Recursos de información	30	30%
TOTAL	100	100%



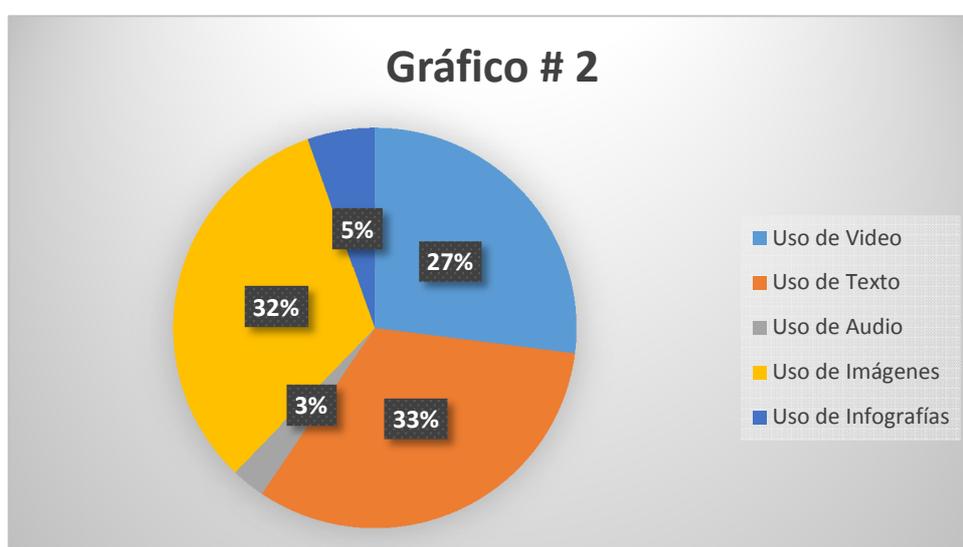
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la tabla No.1 se puede determinar el 30% para quienes consideran a la multimedialidad como un recurso de información, 30% a la innovación y 50 % lo relación como una integración de elementos.

Esto nos das a conocer que un grupo mayoritario si conoce la multimedialidad, todos le dan un identificativo diferente pero que encierra la esencia de este recurso.

TABLA 2: ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS MULTIMEDIA MÁS APLICADOS EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS SEGÚN SU OPINIÓN?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Uso de Video	1000	27%
Uso de Texto	1200	32%
Uso de Audio	100	3%
Uso de Imágenes	1200	32%
Uso de Infografías	200	5%
TOTAL	3700	100%



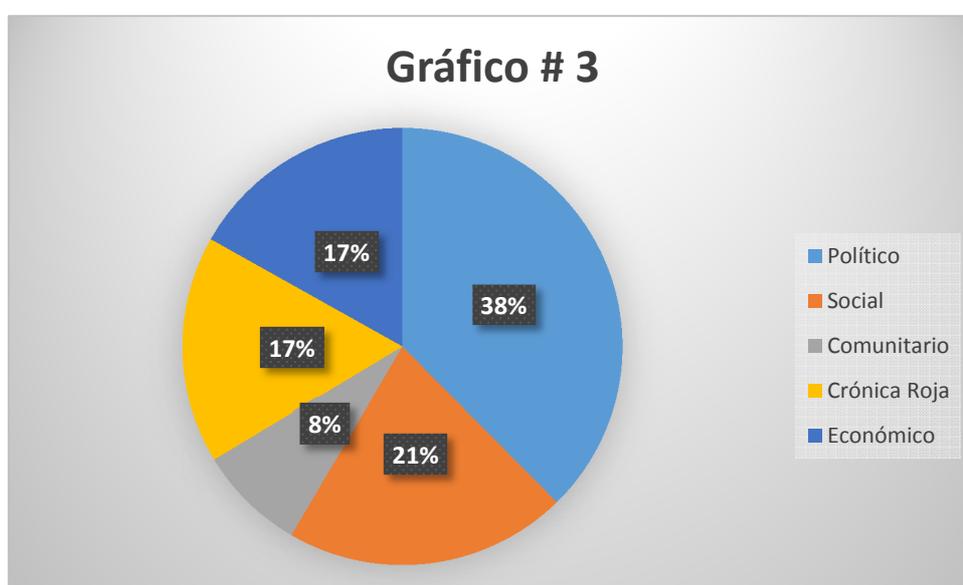
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En las 1200 publicaciones de contenidos periodísticos en el portal web de Teleamazonas, el uso de los recursos de multimedialidad están distribuidas de la siguiente forma: uso de video 27%, uso de texto 33%, uso de audio 3 %, uso de imágenes 32%, y uso de infografías 5%.

Refleja que el portal de Teleamazonas es completo, se encuentran todos los recursos multimedia, sin embargo, el más presente es el video por ser una por las cualidades como medio televisivo.

TABLA 3: ¿QUÉ TEMAS PERIODÍSTICOS CONSIDERA QUE CAPTAN UNA MEJOR ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Político	450	38%
Social	250	21%
Comunitario	100	8%
Crónica Roja	200	17%
Económico	200	17%
TOTAL	1200	100%



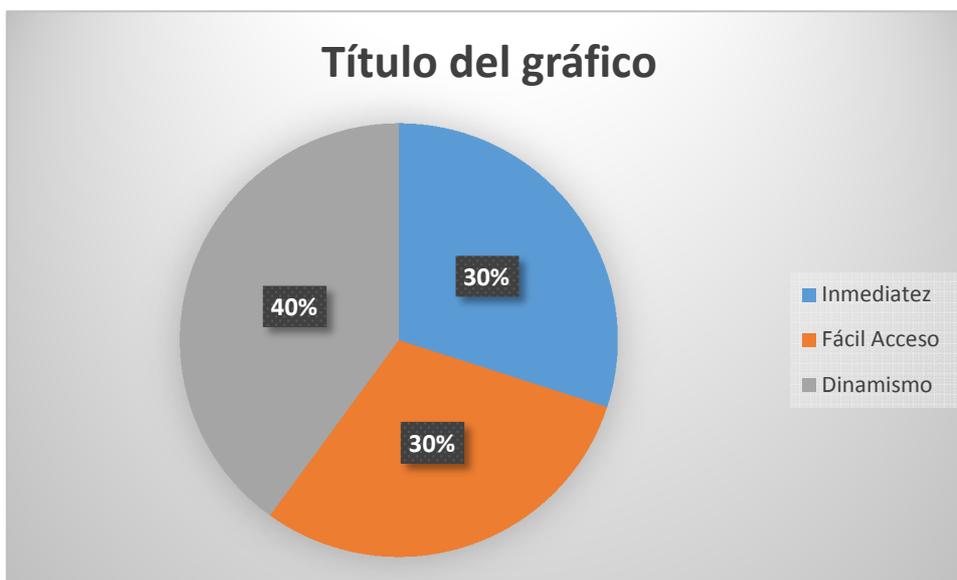
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la tabla No. 3 se puede determinar que en el ámbito político hubo 38% de publicaciones, en el ámbito social hubo 21% de publicaciones, en el ámbito económico hubo 17% de publicaciones, en el ámbito de crónica roja hubo 17% de publicaciones y en lo relacionado a lo comunitario solo un 8% de publicaciones.

Teleamazonas por tener una línea de seguimiento a temas políticos, registra o genera gran cantidad de temas con estas características, también da paso a lo social que ocupa el segundo lugar.

TABLA 4: ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LA MULTIMEDIALIDAD SE ENCUENTRAN PRESENTES EN EL PORTAL WEB DE TELEAMAZONAS?

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Inmediatez	30	30%
Fácil Acceso	30	30%
Dinamismo	40	40%
TOTAL	100	100%



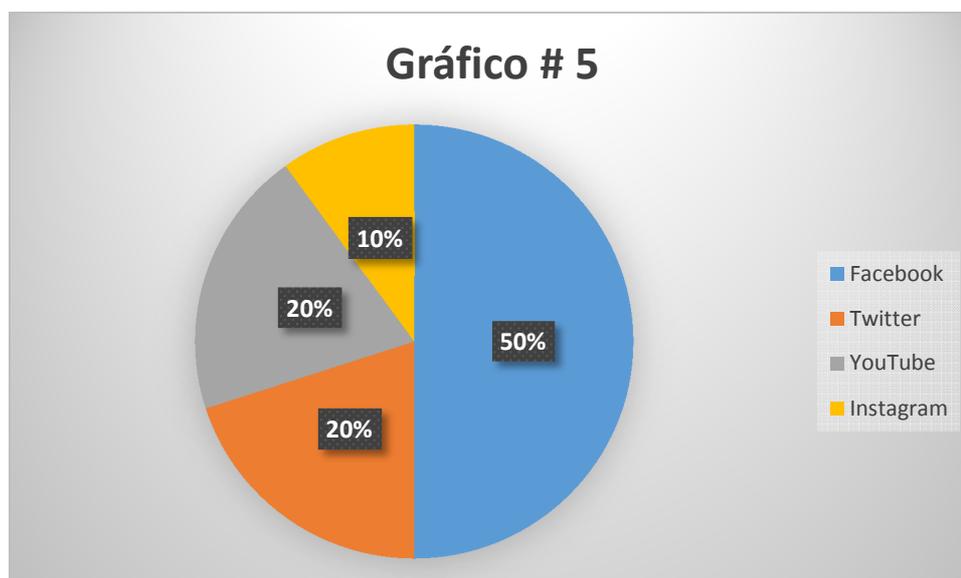
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El dinamismo sería el mayor porcentaje con un 40% en cuanto a las características de la multimedialidad, un 30% el fácil acceso y 30% la inmediatez.

Es un portal fresco con buenas cualidades lo que hace que tenga una excelente aceptación, la estadística refleja que es muy dinámico y muy fácil de acceder.

TABLA 5: ¿CUÁL DE LAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES QUE POSEE TELEAMAZONAS, CAUSA MAYOR DINAMISMO EN LOS PÚBLICOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	50	50%
Twitter	20	20%
YouTube	20	20%
Instagram	10	10%
TOTAL	100	100%



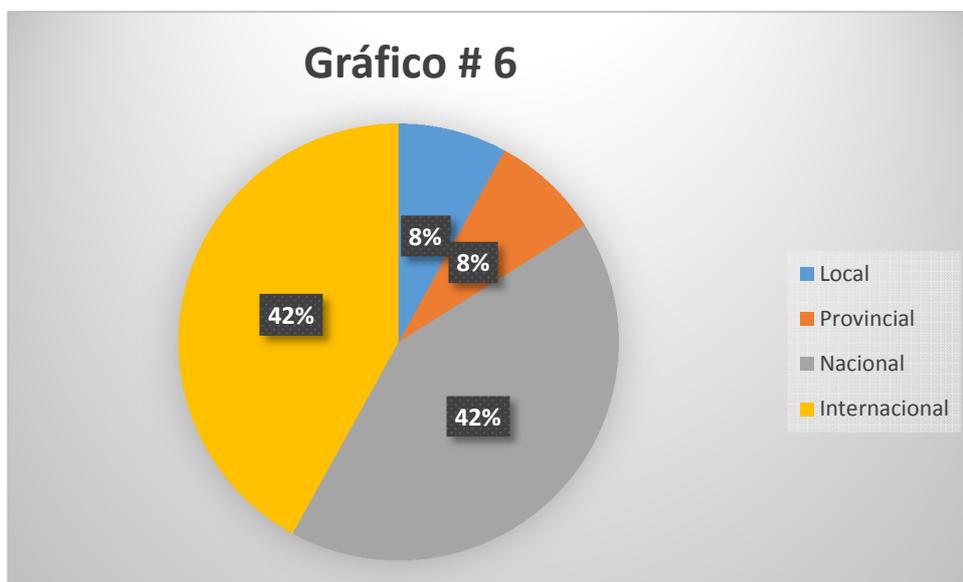
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la tabla número 5, se refleja que la red más activa es Facebook con el 50%, seguida del Twitter y YouTube con el 20% y finalmente el Instagram con el 10%.

La red más interactiva que tiene conexión directa con la página de Teleamazonas, es Facebook, una plataforma dinámica donde se puede compartir, comentar, editar y aprobar o desaprobar con las reacciones.

TABLA 6: ¿EN ESTA ERA DIGITAL CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS WEB DE TELEAMAZONAS SON ACEPTABLES SEGÚN SU ENTORNO?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Local	100	8%
Provincial	100	8%
Nacional	500	42%
Internacional	500	42%
TOTAL	1200	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la tabla número 6, las noticias relacionadas con multimedialidad tiene un ámbito geográfico distribuido de esta manera: 8% local, 8% provincial, 42% nacional y de igual manera 42% internacional.

Genera una percepción positiva, en el hecho de que si complace a los usuarios ya que el contenido proviene de distintas partes del país y el mundo. Es decir existe información para todos los gustos y de todos los sectores.

TABLA 7: ¿CREE USTED QUE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA GENERAN UNA CORRECTA RETROALIMENTACIÓN? ¿POR QUÉ?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Informativo	50	6%
Educativo	720	94%
TOTAL	770	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Del total de publicación de contenidos periodísticos con multimedialidad el 6% tiene un enfoque informativo, y el 94% sería de carácter educativo.

Si beneficia más que todo a la niñez, crea una nueva generación de ciudadanos con otro tipo de ideas y pensamiento debido a la información educativa que se genera a través del portal web de Teleamazonas y que se ve reflejado en un 94% de su producción.

TABLA 8: DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CONSIDERA QUE LA MULTIMEDIALIDAD MEJORA LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE PRESENTA EL MEDIO? ¿POR QUÉ?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
TOTAL	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 100% del recurso multimedia si aporta para una buena información.

Del total de publicación que tiene el Medio si se evidencia un trabajo organizado en beneficio de la comunidad, aportando así a un mejor entendimiento, porque la multimedialidad refuerza las publicaciones.

12.- ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN / APLICACIÓN PRÁCTICA

La estrategia que se utilizó fue el aprovechamiento del personal de alto conocimiento en tecnologías, para conocer el nivel de trabajo que realizan en este medio televisivo y como difunden a través de la página web, en las redes sociales de Facebook y Twitter, información de alto contenido y calidad técnica. Utilizando tecnología para llegar informativamente a usuarios y seguidores.

13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Dentro de la investigación se conoce que el personal si está capacitado, y se encuentra activo de manera permanente, se le da un buen trato a la información que es recolectada por los periodistas del medio, así como también la reestructuración y posterior publicación de noticias que se generan de otros medios.
- Se pudo notar que, dentro de la cantidad de publicación en el Portal Web, se hace referencia a todo tipo de información tanto nacional e internacional en las que prevalecen lo político y seguido deportivo, entre otras.
- Mediante el estudio de las características de la multimedialidad presente en el portal web de Teleamazonas, se pudo conocer que los contenidos se vuelven más dinámicos y tienen mayor aceptación por parte de los usuarios.
- Los contenidos potencialmente dinámicos dentro del portal web de Teleamazonas, son de ámbito político, porque tiene un enfoque de ese carácter. Además, es un canal que siempre está tratando temas que tienen que ver con cuestiones gubernamentales.
- Cerca de dos millones de usuarios, tiene como aceptación en redes el canal de Teleamazonas, informaciones que son generadas desde el portal web de este medio.
- La mayor cantidad de noticias publicadas no son producción propia, además que la mayoría son de carácter internacional.
- No existen noticias de cobertura local, siendo así que se enfocan en temas particulares.

RECOMENDACIONES

- Capacitar al personal sobre tecnología avanzada y nuevas técnicas de multimedialidad para que se tenga mayor producción del medio.
- Darles más prioridad a noticias que se generan en el país para abarcar temas locales, porque de lo contrario se evidencia el poco interés por las cosas propias.
- Creación de espacios educativos para cibernautas.
- Darle prioridad a estudiantes que quieren hacer prácticas en el espacio de periodismo web.
- Teleamazonas es un canal ecuatoriano y está ubicado en Guayaquil y Quito, por lo tanto, quienes están a cargo del medio deberían de darle más cobertura a cuestiones del país y no internacional.

14.- CRONOGRAMA

Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
Realización del planteamiento del problema	X															
Objetivos		x														
Justificación			x													
Corrección de lo entregado				x												
Marco teórico					x	x	x	x								
Marco metodológico									x	x						
Corrección de lo entregado											x					
Conclusiones y recomendación												x	x			
Correcciones														X	X	
Entrega																x

15.- RECURSOS GENERALES

Recursos humanos

- César Luis Macías Velasteguí
- Lic. Jhonny Mendoza Bravo, Mg.

Recursos materiales

- Computadora
- Proyector
- Cámara
- Hojas

16.- BIBLIOGRAFÍAS

- ABADAL, E. y GUALLAR, J. (2010). Prensa digital y Bibliotecas. España: Ediciones Trea, S.L.
- ARPI, P. y ROMERO, D. (2012). Los periódicos digitales y su desarrollo en la ciudad de Cuenca. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca.
- BACHMANN, I. (2012). Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.
- BOLAGAY, B. (2015). Análisis de contenido de las notas publicadas en la página web de radio La Red sobre la selección ecuatoriana de fútbol del 9 al 27 de junio durante el campeonato mundial FIFA Brasil 2014. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- BARROS, C. y BARROS, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. Revista Scielo. 7(3), 1-3.
- BASTIDAS, E., PÉREZ, A. y ZURITA, E. (2012). Desarrollo de un portal web, para la sistematización y control de información en la biblioteca de la facultad de ciencias médicas, mediante la implementación de software de código abierto. Unidad Central del Ecuador, Quito.
- BERELSON, B. (1952), Análisis de contenido en investigación sobre comunicación, Nueva York, Free Press.
- CALLEJO GALLEGO, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. Revista española de salud pública, 76(5), 409-422.

- COSTA, M. (2012). “Ciberperiodismo en el Smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone”. Universidade da Coruña (UdC), España.
- CARRILLO, C. (2017). Estudio de las herramientas web 2.0 en el proceso pedagógico de estudiantes de educación básica superior. Caso práctico Unidad Educativa Pacífico Villagómez del Cantón Guano. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- GALÁN, A. (2016). Análisis de las narrativas transmedia. Estudio de caso comunicagión en la esfera digital. Universidad de Cuenca, Cuenca.
- GUALLAR, J., ROVIRA, C. y RUIZ, C. (2010). “Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles”. El profesional de la información, España.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ, C., & BAPTISTA, P. (2010). Metodología de la investigación (quinta edición) editorial Mc Graw Hill.
- LOAZI, C. y MOLINA, O. (2011). “El periodismo tradicional frente al periodismo digital la reconstrucción del lenguaje periodístico: un estudio sobre el manejo de las páginas webs de los rotativos el comercio y el extra durante el mes de diciembre 2010”. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- LOZARES, C. (1996). La teoría de redes sociales. Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- L Jiménez Iglesias, C Aguilar Paredes, L Sánchez Gómez, M Pérez-Montoro Gutiérrez (2018): “Experiencia de usuario y medios de comunicación. La regla de los tres clics en las webs de periódicos para smartphones”. Revista Latina de Comunicación Social.

- ESTRELLA, M. (2016). Estudio sobre la usabilidad web centro dentro de los medios de comunicación ecuatorianos. Universidad de las Américas, Quito.
- MARINEZ, R. (2016). “Medios impresos y aproximaciones al periodismo digital”. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- MARTINEZ, S.; ROBERTO, G.; SEPULVEDA, O.; ALBERTO, C. (2010). Usabilidad en espacio web. Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.
- MERRERO, L. (2008). “El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y contenidos”. Universidad de La Habana, Cuba.
- MIRANDA, M. (2013). La curaduría de contenidos web y el periodismo. Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- MOLINA, A. (2012). Análisis de la producción para la cobertura de acontecimientos futbolísticos nacionales a través de un medio digital. Análisis de “futbol inmediato”. Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- MONTIEL, M. (2000). Los Cybermedios como nuevas estructuras de comunicación social. Universidad del Zulia, Venezuela.
- NAVARRETE, A. (2016). “Periodismo digital en Ecuador. La transición hacia nuevas formas de periodismo: Análisis de imagen del tratamiento informativo de la versión impresa y digital del diario El Comercio”. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- NAVARRO, L. (2013). La interactividad en los géneros periodísticos de los cybermedios. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.
- NAVARRO, L. (2015). Principios éticos para los ciberperiodistas en el manejo de las redes sociales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

- ODRIOZOLA, J. (2017). Los cybermedios ecuatorianos en Twitter. La difusión de contenidos como estrategia fundamental. Universidad de los Hemisferios, Quito.
- RIVERA, D. (2010). Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.
- ROST, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- SALAVERRIA, R. (2009). "Los medios de comunicación ante la convergencia digital". Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, España.
- SÁNCHEZ, N. (2016). App móvil para evaluaciones heurísticas de la usabilidad e ISO25010. Institución de Educación Superior del Espinal Tolima, Colombia.
- SIGCHA, C. (2015). "Análisis de uso de herramientas web 2.0 para campañas de relaciones públicas para posicionamiento de destinos turísticos en la ciudad de Quito. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- SOLARTE, G. (2010). Usabilidad en espacio web. Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.
- VÉLEZ, A. (2015). Diseño de estrategias de marketing para un portal web enfocado en el reclutamiento con herramientas selección de personal on-line para el mercado de la ciudad de Quito. Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- VIXTHA, F. (2017). Interactividad y Multimedialidad: elementos que la Hipermediación aporta a la Comunicación Educativa. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

ANEXOS

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	ENERO	Contenidos periodísticos					Multimedialidad				
2	2018										
3	Publicaciones	Político	Social	Comunitario	Crónica Roja	Económico	Video	Texto	Audio	Imágenes	Infografías
4	1										
5	2	15	5	4	5	5	34	34	5	34	15
6	3	8	8	2	6	6	30	30	4	30	5
7	4	10	5	3	6	6	30	30	2	30	8
8	5	15	8	3	5	7	38	38	5	38	10
9	6	20	9	4	7	3	43	43	5	43	8
10	7	12	7	1	9	7	36	36	5	36	9
11	8	20	5	1	7	9	20	42	2	42	3
12	9	15	10	3	8	6	42	42	6	42	5
13	10	25	9	5	7	7	20	53	5	53	2
14	11	15	6	4	6	8	39	39	3	39	3
15	12	10	5	5	9	9	32	38	3	38	5
16	13	12	10	8	7	7	25	43	1	43	2
17	14	15	9	2	7	39	39	1	39	5	
18	15	20	12	2	6	7	47	47	2	47	4
19	16	20	17	3	7	7	20	54	7	54	5
20	17	15	14	2	5	8	30	44	6	44	8
21	18	10	9	5	8	3	40	40	7	40	10
22	19	18	8	4	9	8	35	47	2	47	5
23	20	16	5	2	8	5	36	36	1	36	9
24	21	14	5	5	7	7	38	38	4	38	8
25	22	20	4	3	7	6	25	40	3	40	8
26	23	20	15	2	6	5	30	48	4	48	7
27	24	10	10	4	4	5	33	33	2	33	3
28	25	10	10	3	7	6	36	36	4	36	2
29	26	10	10	3	5	7	35	35	3	35	3
30	27	20	12	2	9	5	20	48	3	48	1
31	28	15	2	4	8	5	34	34	2	34	2
32	29	20	3	2	6	8	39	39	1	39	2
33	30	8	10	4	5	6	33	33	1	33	2
34	31	12	10	5	5	9	41	41	1	41	41
35	Publicaciones	Político	Social	Comunitario	Crónica Roja	Económico	Video	Texto	Audio	Imágenes	Infografías
36	Resultados	450	250	100	200	200	1000	1200	100	1200	200

L	M	N	O	P	Q	R	S
Portal Web							
Propios	Otros Medios	Informativo	Educativo	Local	Provincial	Nacional	Intenacional
5	29	1	6	2	1	8	16
10	20	2	35	5	2	25	20
6	24	3	30	1	3	21	22
8	30	1	30	2	4	15	21
9	34	2	25	6	2	10	10
3	33	2	26	3	1	17	17
6	36		22	4	4	10	10
9	33	2	20	4	3	10	12
5	48	2	36	1	2	12	15
7	32	2	25	1	4	14	16
8	30	1	20	6	1	20	13
6	37	3	20	7	3	30	25
9	30	1	20	2	2	15	25
7	40	2	20	2	6	20	22
5	49		30	2	4	15	22
7	37	1	10	5	1	22	10
8	32	2	23	3	2	24	15
9	38	1	25	4	3	26	19
6	30	3	20	2	4	30	13
4	34	1	15	1	1	12	14
8	32	2	38	7	9	10	16
9	39	3	14	5	8	15	10
2	31	2	30	2	9	12	12
8	28	1	20	3	12	10	30
9	26	1	22	3	1	12	19
3	45	1	36	5	1	10	18
7	27	2	28	4	1	30	17
4	35	2	26	2	1	15	15
5	28	3	22	1	2	14	16
8	33	1	20	5	3	16	10
Propios	Otros Medios	Informativo	Educativo	Local	Provincial	Nacional	Intenacional
200	1000	50	714	100	100	500	500



Telem Amazonas - Noticias

www.telemamazonas.com

NOTICIAS DEPORTES ACTUALIDAD FARÁNDULA PROGRAMACIÓN EN VIVO

NOTICIAS

Corea del Norte hace anuncio respecto al polígono nuclear
 abril 29, 2018
 La casa presidencial surcoreana ha afirmado que Corea del Norte clausurará Punggye-ri, su principal... [Leer más](#)

Policía realiza detonación controlada de artefacto explosivo en Santo Domingo
 abril 28, 2018

2 muertos tras deslave en vía Baños - Puyo
 abril 28, 2018

Jorge Glas presenta acción de protección contra Moreno y asambleístas
 abril 28, 2018

Deudas agobian al Hospital León Becerra
 abril 27, 2018

[MOSTRAR MÁS](#)

DEPORTES

MUNDIAL RUSIA 2018

Emisión Estelar Emisión Central

Primera Emisión Los Desayunos

Noticias Ecuador: 24 Horas, 27/04/2018 (Emisión Estelar) - Telemamazonas 2 days ago | 28.9K views

Noticias Ecuador: 24 Horas, 25/04/2018 (Emisión Estelar) - Telemamazonas 4 days ago | 21.6K views

[Siguiente](#)

Google ha cerrado el anuncio

Dejar de ver anuncio

Anuncios Google

Corea del Norte hace an...

www.telemamazonas.com/2018/04/corea-del-norte-hace-anuncio-respecto-al-poligono-nuclear/amp/

TELEAMAZONAS

Corea del Norte hace anuncio respecto al polígono nuclear

Reserve ya

KLM