

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

### MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

**Tema:** “LA INCIDENCIA DEL CIBERPERIODISMO Y SUS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LA PLATAFORMA DIGITAL DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL MES DE ENERO DE 2018”

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Periodismo Digital.

**AUTORA:** Licenciada Magaly Oderay Villacrés Obregón

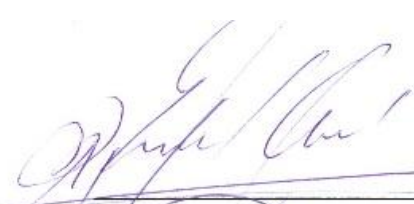
**DIRECTOR:** PhD. Pablo Andrés Escandón Montenegro

Ambato-Ecuador

2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación, presidido por el Doctor Jaime Tarquino Tipantasig Cando Magíster, Presidente del Tribunal, e integrado por los señores Licenciada Alicia Paulina Tamayo Rodríguez Magíster, Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster y Doctor Miguel Ángel Chicaiza Morales Magíster, Miembros del Tribunal designados por la *Unidad Académica de Titulación de Posgrado de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales* de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “LA INCIDENCIA DEL CIBERPERIODISMO Y SUS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LA PLATAFORMA DIGITAL DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL MES DE ENERO DE 2018”, elaborado y presentado por la señora Licenciada Magaly Oderay Villacrés Obregón, para optar por el Grado Académico de Magíster en Periodismo Digital; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia de las bibliotecas de la UTA.




---

Dr. Jaime Tarquino Tipantasig Cando Mg.  
Presidente y miembro del Tribunal

---

Lcda. Alicia Paulina Tamayo Rodríguez Mg.  
Miembro del Tribunal



---

Dr. Byron Orlando Naranjo Gamboa Mg.  
Miembro del Tribunal

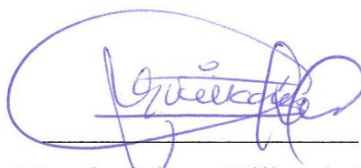


---

Dr. Miguel Ángel Chicaiza Morales Mg.  
Miembro del Tribunal

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

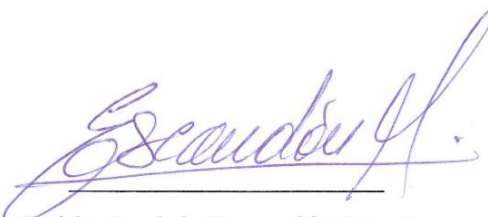
La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Investigación presentado con el tema: “LA INCIDENCIA DEL CIBERPERIODISMO Y SUS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LA PLATAFORMA DIGITAL DE DIARIO EL TELÉGRAFO, EN EL MES DE ENERO DE 2018”, le corresponde exclusivamente a la Licenciada Magaly Oderay Villacrés Obregón, Autora bajo la Dirección del PhD. Pablo Andrés Escandón Montenegro, Director del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Lcda. Magaly Oderay Villacrés Obregón

C.C. 0602745523

**AUTORA**



PhD. Pablo Andrés Escandón Montenegro

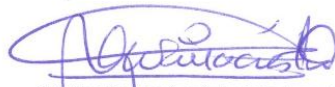
C.C. 1711316453

**DIRECTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Lcda. Magaly Oderay Villacrés Obregón

C.C. 0602745523

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada .....	i
A la Unidad Académica e Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN EJECUTIVO .....	xi
EXECUTIVE SUMMARY .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1. Tema .....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Contextualización .....	3
1.2.2. Análisis Crítico .....	7
1.2.3. Prognosis.....	10
1.2.4. Formulación del problema .....	11
1.2.5. Delimitación del objeto de investigación.....	11
1.3. Justificación .....	12
1.4. Objetivos.....	13
1.4.1. Objetivo General.....	13
1.4.2. Objetivos específicos .....	13
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 Antecedentes investigativos.....	14
2.2. Fundamentación Filosófica.....	17
2.3. Fundamentación legal .....	18
2.4 Categorías Fundamentales .....	20

2.5 Hipótesis .....	33
2.6 Señalamiento de variables.....	33
CAPÍTULO III.....	34
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
3.1 Enfoque .....	34
3.2 Modalidad básica de investigación .....	35
3.3. Nivel o tipo de investigación .....	39
3.4 Población y muestra .....	40
3.4.1. Población.....	40
3.5. Operacionalización de Variables .....	43
CAPÍTULO IV.....	47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	47
4.1. Resultados descriptivos.....	47
4.2. Resultados de encuestas .....	58
4.3. Resultados de la entrevista.....	65
CAPÍTULO V .....	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	68
5.1. Conclusiones .....	68
5.2. Recomendaciones .....	69
CAPÍTULO VI.....	70
PROPUESTA.....	70
6.1. Datos informativos.....	70
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	71
6.3. Justificación .....	72
6.4. Contenido de la propuesta.....	73
6.4.1. Multimedialidad .....	73
6.4.2. Hipertextualidad.....	78
6.4.3. Interactividad .....	79
BIBLIOGRAFÍA .....	89
Aguirre, Odriozola, & Bernal (2015). La investigación del ciberperiodismo en Ecuador: estado de la cuestión y perspectivas a futuro. Razón y Palabra. ....	89
<a href="http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/5">http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/5</a> .....	89
ANEXOS .....	93

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Elementos para el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.....	26
Gráfico 2 Elementos para el crecimiento de contenidos digitales.....	26
Gráfico 3 Plataforma digital de Diario el Telégrafo.....	47
Gráfico 4 Línea de tiempo .....	50
Gráfico 5 Video .....	50
Gráfico 6 Tendencias de visitas por secciones .....	54
Gráfico 7 Tendencia lectura diaria .....	54
Gráfico 8 Información Diario El Telégrafo.....	58
Gráfico 9 Plataformas .....	59
Gráfico 10 Espacios para comentar .....	60
Gráfico 11 Importancia.....	61
Gráfico 12 Elementos que le agradan.....	62
Gráfico 13 Interés .....	63
Gráfico 14 Frecuencia .....	64
Gráfico 15 Multimedialidad .....	74
Gráfico 16 Elementos Hipertextualidad .....	78
Gráfico 17 Elementos Interactividad.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estudios sobre nuevas prácticas de periodismo digital .....	27
Tabla 2 Publicaciones mes de Enero del 2018 .....	48
Tabla 3 Herramientas multimedia .....	49
Tabla 4 Existencia de hipervínculos.....	51
Tabla 5 Información Diario El Telégrafo .....	58
Tabla 6 Plataforma.....	59
Tabla 7: Espacios para comentar .....	60
Tabla 8: Importancia.....	61
Tabla 9: Elementos que le agradan.....	62
Tabla 10: Interés .....	63
Tabla 11: Frecuencia .....	64
Tabla 12 Galería fotográfica.....	75
Tabla 13 Audio y videos.....	76
Tabla 14 Detalle de estrategias hipertextualidad.....	78
Tabla 15 Comentarios.....	80
Tabla 16 Contenidos .....	82
Tabla 17 Contacto.....	84
Tabla 18 Debate.....	85
Tabla 19 Complemento de información .....	87



## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia agradezco a mi familia por la fe, paciencia, ímpetu y perseverancia que me infundieron para culminar este camino, sin duda alguna de la mano de Dios.

A la Universidad Técnica de Ambato, por abrir las puertas del conocimiento en temas de relevancia académica e investigativa.

A la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, por haber motivado el interés por la conocimiento comunicacional y proveer los espacios de aprendizaje pertinentes.

A mi tutor Dr. PhD. Pablo Escandón, por su apoyo en el proceso de investigación, a Liliana Gavilanes por su motivación constante y su nobleza, y a todas las personas que me brindaron su ayuda incondicional para alcanzar este propósito.

M.V.

## DEDICATORIA

A ella...

M.V.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL**

**TEMA:**

“LA INCIDENCIA DEL CIBERPERIODISMO Y SUS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LA PLATAFORMA DIGITAL DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL MES DE ENERO DE 2018”

**AUTORA:** Licenciada Magaly Oderay Villacrés Obregón

**DIRECTOR:** PhD. Pablo Andrés Escandón Montenegro

**FECHA:** 8 de septiembre de 2018

**RESUMEN EJECUTIVO**

La investigación presentada tiene como objetivo principal analizar el grado de desarrollo del ciberperiodismo a través de los elementos de comunicación digital en la plataforma digital del Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018. Para alcanzar este propósito fueron utilizados diferentes métodos e instrumentos para la recopilación de información. Además se usaron encuestas que fueron aplicadas a varios suscriptores de Diario El Telégrafo, de la misma manera se aplicó una entrevista al Director de Medios Digitales el Sr. Marco Vaca.

Posterior a la aplicación de los instrumentos mencionados se determinó que, al momento de la investigación, el portal digital de Diario El Telégrafo, no presentaba de forma explícita y coordinada los elementos periodísticos relacionados con la multimedialidad, interactividad e hipertextualidad. Esta ausencia de medios informativos con sustento en lo digital, inciden en la escasa presencia de usuarios que naveguen e interactúen en la página del diario El Telégrafo.

A través de este estudio se propone que la página digital del diario el Telégrafo, incluya los elementos de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, como herramientas de información; dentro del espectro de la multimedialidad se plantea la

incorporación de elementos textuales, gráficos, sonoros, animados, audiovisuales: por tanto, se sugiere la inserción de una galería fotográfica, mayor y mejor producción de videos y audios; en cuanto a la hipertextualidad, que tiene base en la capacidad de conexión entre uno o varios elementos informativos, al igual, que permite crear, enlazar y/o agregar elementos. Aquí radica la importancia de integrar hipervínculos, enlaces, palabras clave, referencias; y finalmente, un último elemento ciberperiodístico es la interactividad, que define el entorno y el espacio noticioso entre navegantes y medio de comunicación digital. La interactividad posibilita la participación de los usuarios a través de sus aportes y opiniones: más aun al tratarse de un medio informativo en que la actualización de contenidos es demanda permanente de los usuarios. En esta referencia se plantea la posibilidad de implementar áreas para comentarios, compartir contenido, contacto con los editores, y espacios de debates públicos.

**Palabras claves:** AUDIENCIA DIGITAL, CIBERPERIODISMO EL TELÉGRAFO, DIARIO EL TELÉGRAFO, HIPERTEXTUALIDAD EL TELÉGRAFO, INFORMACIÓN EL TELÉGRAFO, INTERACTIVIDAD EL TELÉGRAFO, MULTIMEDIALIDAD EL TELÉGRAFO, NAVEGANTE DIARIO EL TELÉGRAFO, PERIODISMO DIGITAL EL TELÉGRAFO, PERIODISMO EN LÍNEA EL TELÉGRAFO.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL**

**THEME**

"THE INCIDENCE OF CYBERJOURNALIST AND ITS ELEMENTS OF DIGITAL COMMUNICATION: INTERACTIVITY, HYPERTEXTUALITY AND MULTIMEDIATION IN THE DIGITAL PLATFORM OF EL TELÉGRAFO NEWSPAPER IN THE MONTH OF JANUARY 2018"

**AUTHOR:** Licenciada Magaly Oderay Villacrés Obregón

**DIRECTOR:** PhD. Pablo Escandón Montenegro

**DATE:** september 8<sup>th</sup>, 2018

**EXECUTIVE SUMMARY**

The main objective of the research is the degree of development of the cyberjournalism through the elements of digital communication in the digital platform of the newspaper El Telégrafo, during the month of January of the year 2018. for the collection of information. In addition to the questions that were applied to several subscribers of Diario El Telégrafo, in the same way an interview was applied to the Director of Digital Media Mr. Marco Vaca.

Subsequently, the application of the instruments was determined, the time of the investigation, the digital portal of Diario Telégrafo, will not be presented explicitly and will coordinate the journalistic elements related to multimedia, interactivity and hypertextuality. This lack of information media is based on digital, they affect the presence of users who browse and interact on the El Telégrafo newspaper page.

Through this study the digital page of the newspaper El telégrafo is proposed, the elements of multimedia, hypertextuality and interactivity, as information tools; Within the spectrum of multimedia the incorporation of textual, graphic, sound, animated and

audiovisual elements is proposed: therefore, it is suggested the insertion of a photographic gallery, greater and better production of

videos and audios; in terms of hypertextuality, which is based on the ability of connection between one or more information elements, as well, which allows creating, linking and / or adding elements. Here lies the importance of integrating hyperlinks, links, keywords, references; and finally, a final cyber-journalistic element is interactivity, which defines the environment and the news space between navigators and digital media. The interactivity allows the participation of the users through their contributions and opinions: even more since it is an informative medium in the updating of the contents. In this reference, the possibility of implementing areas for comments, content sharing, contact with editors and public debate spaces is proposed.

**Key words:** DIGITAL HEARING, CIBERPERIODISM THE TELEGRAPH, DIARY THE TELEGRAPH, HYPERTEXTUALITY THE TELEGRAPH, INFORMATION THE TELEGRAPH, INTERACTIVITY THE TELEGRAPH, MULTIMEDIATION THE TELEGRAPH, NAVIGATOR DAILY THE TELEGRAPH, DIGITAL JOURNALISM THE TELEGRAPH, LINE JOURNALIST THE TELEGRAPH.

## INTRODUCCIÓN

El creciente desarrollo de la tecnología ha impulsado a la creación de plataformas digitales, a través de las cuales se difunden diferentes tipos de información entre los cuales se encuentra el periodismo, y es así que se desarrolla el ciberperiodismo los usuarios poseen las herramientas tecnológicas más eficaces para mantenerse actualizados de las noticias locales, regionales, nacionales e internacionales.

Los avances en las plataformas digitales son importantes e innovadores, por lo que varios han incluido elementos de ciberperiodismo, en los que se encuentran hipertextualidad, interactividad y multimedialidad; buscando de esta manera brindar al usuario todas las herramientas necesarias para que la navegación en las páginas sea la adecuada y satisfaga las necesidades de los lectores.

El presente estudio se divide en varios capítulos, los mismos que se detallan a continuación:

**Capítulo I: El problema:** Se describe la problemática existente y que será estudiada; así también se desarrolla la justificación, hipótesis y objetivos planteados

**Capítulo II: Marco Teórico:** Se realiza la sustentación teórica de cada una de las variables de estudio, así también se analizan estudios que tengan algún tipo de similitud con la temática tratada.

**Capítulo III: Metodología de la investigación:** Se explica los métodos, técnicas e instrumentos a investigar, de la misma manera se determinó la población y muestra del estudio.

**Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados:** Se tabuló y analizó la información recopilada posterior a la aplicación de los instrumentos investigativos.

**Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones:** Se definen las conclusiones en base a los objetivos planteados, y se detallan recomendaciones basadas en las recomendaciones.

**Capítulo VI: Propuesta:** Se describe la propuesta que el investigador propone, para mejorar las fallas encontradas; buscando de esta forma mejorar la plataforma digital a través de la inclusión de elementos de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema**

La incidencia del ciberperiodismo y sus elementos de comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, en el mes de enero del año 2018.

### **1.2. Planteamiento del problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

- **Macrocontextualización**

La tecnología digital ha abierto nuevas posibilidades de comunicación en el campo comunicativo y periodístico del Ecuador. Anteriormente la información dependía del tiempo y la distancia. Hoy, estas limitantes de cara a la era digital se transforman y superan.

David Jiménez, director de Diario “El Mundo” de España, afirma que el traslado de lo informativo a nuevas esferas digitales implica cambios en comportamientos periodísticos, capacidad generadora de contenidos y sobretodo, la educación digital del usuario. Y son justamente estos aspectos los que se desean determinar a través de la presente investigación, en torno a la incursión e implementación del ciberperiodismo y el uso o implemento de nuevas tecnologías como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en la plataforma digital de Diario El Telégrafo.

Si se transforma un estilo informativo, también lo han de hacer sus elementos, y sobre este camino Diario El Telégrafo, debería modificar las rutinas periodísticas en torno a lo digital y su relación directa con el usuario.

Se deduce entonces que, el ciberperiodismo a través de la intervención de sus elementos como son la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en el producto noticioso, requiere de una mayor calidad de contenido que traslade al usuario a una nueva experiencia informativa, sin que pierda el contexto válido del tema tratado; por tanto, el reto del medio es convertir a este proceso en una experiencia interesante, que confluya en un comportamiento cotidiano y permanente por parte del usuario de la red.

Bachman & Verano (2012), manifiestan que con el fin de ampliar aún más el panorama periodístico y digital efectuaron un análisis acerca de “Interactividad y multimedialidad en periódicos Latinoamericanos”, donde se realizó un ejercicio en 19 periódicos de toda América Latina, que adoptaron multimedia, hipertexto y funciones interactivas en sus sitios web y abrieron una relación más dialógica con sus audiencias.

Los resultados mostraron que los sitios web de periódicos que siguen replicar su versión impresa en los entornos en línea, a la vez que integran a los usuarios a este tipo de experiencias, estaban direccionados en el objetivo, empero debían reforzar más los contenidos expuestos, según lo determinó el estudio.

Cada vez los medios de comunicación escrita tradicional apuestan a la digitalización como medio de difusión informativa. Sin embargo, la

interactividad, hipertextualidad y multimedialidad de los medios de comunicación digital no obedecen sólo a criterios periodísticos, sino, que forma parte de las estrategias que los medios de comunicación en la red han adoptado con la misión de captar más audiencia y generar mayor tráfico en sus plataformas.

Es preciso señalar que los medios de comunicación escrita establecen lo que Thompson (1998) denomina *casi-interacción* mediática, la cual se caracteriza por su carácter monológico, es decir se genera un flujo de información básicamente unidireccional. Los medios crean un cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otro pero mientras el medio está implicado sobre todo en la producción de contenido informativo, los públicos, o audiencias, están abocadas más que nada al consumo de la información.

Frente a esta realidad el autor Díaz (2007) menciona que el ciberperiodismo diseña un nuevo panorama, éste se asienta en forma radical sobre un soporte tecnológico –el soporte digital- que por primera vez permite un flujo unidireccional y multidireccional constante de información y que establece por su dinámica una comunicación de tipo dialógica.

El ciberperiodismo, además, ha incidido en la labor de los profesionales de la comunicación periodística, que se han visto forzados a desarrollar nuevas habilidades vinculadas con la imagen: hacer fotografías, grabar y editar vídeos, incorporación de audios, infografías, etc. Y de esta manera captar un espacio de consumo de información digital cada vez más amplio.

- **Mesocontextualización**

Los elementos de la comunicación digital: la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad siempre han estado presentes en los cibermedios. Sin embargo, en Ecuador, es hasta en los últimos 10 años que su presencia aparece en los portales informativos.

En este aspecto la información noticiosa y su década de vigencia dentro de los medios se determina debido a que “entre los contenidos encontrados en la web las noticias ocupan un lugar cada vez más destacado”. Por tanto, este proyecto de tesis se asentará sobre hechos determinantes en el contexto mediático de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018.

- **Microcontextualización**

Este proyecto de estudio acerca de periodismo digital tiene como objetivo analizar la presencia de los recursos ciberperiodísticos y sus elementos interactivos, hipertextuales y multimediales en el Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018, y determinar su incidencia y características principales.

De esta investigación se establecerá la influencia de la fotografía, infografía, audio, video, enlaces e hipervínculos como recursos digitales preferidos, o no, por los usuarios.

También se realizará un análisis de rasgos alrededor de la interactividad, el hipertexto, la expresión multimedia, la personalización de contenidos, la memoria y la actualización constante de la información que otorgan al

periodismo digital –ciberperiodismo- un carácter diferenciador en la narrativa informativa, así lo cita (Baroel & Deuze, 2001); (Palacios, 2003); (Díaz, 2001); (Salaverria y Cores, 2005).

Es relevante mencionar que los diarios digitales se basan en el código lingüístico (palabras escritas y orales), en el sonoro (música y efectos) y en el icónico (imágenes reales en movimiento, fotografías, gráficos, infográficos, animaciones digitales).

Pero, además, se hacen de un cuarto código, el estilístico, que introduce un concepto tan importante como el de la usabilidad (Canavilhas, 2007).

### **1.2.2. Análisis Crítico**

Esta investigación analizará los contenidos noticiosos generados a diario y la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad, como elementos fundamentales del ciberperiodismo, utilizados para cumplir con el objetivo informativo de la plataforma digital de Diario El Telégrafo, durante el primer trimestre del año 2018.

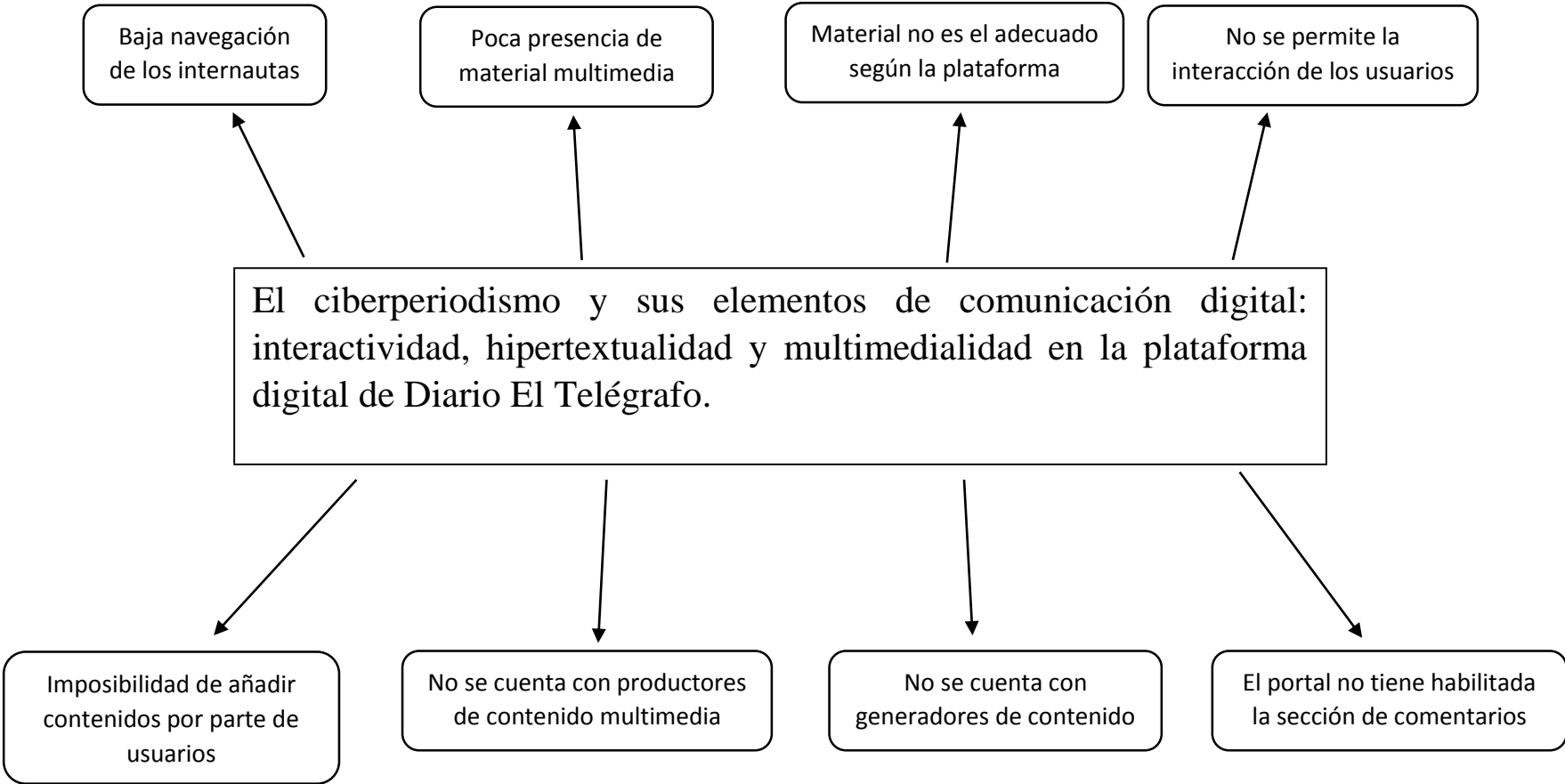
Debe comprenderse que la inmediatez en la información obliga a cambiar rutinas periodísticas, y a su vez, convierte al profesional de la comunicación y/o periodista en un sujeto polivalente. Esta multiplicidad de responsabilidades incorpora distintas dinámicas en el área digital.

El tema de trasladar la información al medio digital, en idéntica forma que el producto impreso, deberá contener elementos de interactividad, hipertextualidad y multimedialidad que amplíen la experiencia del usuario, no sin antes, evaluar la

posibilidad de hacer de esta opción un medio para evaluar e incorporar los criterios de su parte.

Sin embargo, la oferta digital del diario exige competencias paralelas en la forma de composición del producto: audio, video, galería de imágenes, enlaces y espacios para comentar, y estos a su vez, demandan destrezas de parte del usuario, o navegante, de la plataforma digital.

**Gráfico No. 1 Árbol de problemas**



### **1.2.3. Prognosis**

No se podría hablar de una digitalización integral de Diario El Telégrafo, sin que se hayan tratado ciertas diferencias en el proceso de incorporación informativa del medio impreso al medio digital.

La adaptación informativa del periódico impreso a la esfera digital del ciberperiodismo requiere de un ejercicio diario y constante que adecue de forma paulatina al lector en el uso de la plataforma digital, así como de valoración y crítica sobre los contenidos expuestos. Además, se hace imprescindible de un área de registro para las experiencias como usuario o lector en el recorrido por el medio digital.

Las herramientas de comunicación digital como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad se relacionan directamente con el concepto de participación. Roberto Aparici y Marco Silva, quienes a su vez citan a Shirky (2011) y Jenkins (2008) para recalcar que la creación de una cultura participativa que persiga un bien común es más complejo que compartir fotos o música, ya que participar requiere de un alto nivel de elaboración y colaboración.

Los autores posicionan la idea de un tipo de participación guiada por el interés (grupos de fans) y participación guiada por la afectividad y la relación con tres implicaciones, cuya base son los principios citados en los fundamentos del periodismo digital como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad de este trabajo: la intervención del usuario en el contenido como actor, el diálogo



individualizado con cada producto ofrecido y las acciones recíprocas derivadas de modo dialógico entre éste y el aparato.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Cómo incide el ciberperiodismo y sus elementos de comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, con relación al mes de enero del año 2018?

- ¿Cuál es el nivel de presencia de elementos multimedia en el contenido noticioso digital de Diario El Telégrafo?
- ¿Cuál fue el índice de consumo del producto multimedia del Diario El Telégrafo durante el mes de enero del año 2018?
- ¿Cuál y cuánta es la interacción permitida al público lector a través de los contenidos periodísticos digitales de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018?

#### **1.2.5. Delimitación del objeto de investigación**

<b>CAMPO:</b>	Periodístico
<b>ÁREA:</b>	Periodismo Digital
<b>ASPECTOS:</b>	Plataforma Digital-Interactividad, Hipertextualidad, Multimedialidad.
<b>ESPACIOS:</b>	Publicación nacional - Ecuador.

**Límite Espacial:** La investigación se realizará a través de la observación investigativa y analítica del portal digital de Diario El Telégrafo.

**Límite Temporal:** La presente investigación se enfocará en los recursos digitales periodísticos presentados en el portal digital de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018.

### **1.3. Justificación**

El interés en la investigación de la presente tesis surge a causa de la necesidad de analizar el comportamiento de los medios de información digital, en este caso el que ofrece Diario El Telégrafo, a través de su plataforma noticiosa. Sin perjuicio de la importancia en la aplicabilidad de las herramientas de comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedia.

Es preciso entender que con los avances tecnológicos y de carácter informativo existe una evolución y con ello ciertos comportamientos del público consumidor, lo que determinará si ha significado un avance y/o mejora de la calidad informativa a través de la tecnología aplicada.

De esta manera surge la interrogante: ¿Qué ventaja supone el uso de los elementos digitales del ciberperiodismo en la información? Una primera respuesta podría ser el acceso inmediato al material noticioso generado mediante el recurso digital, que a la vez implica una vasta información disponible desde cualquier lugar y dispositivo, y accesible en todo momento.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Estudiar el grado de desarrollo del ciberperiodismo y los elementos de comunicación digital en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Analizar los procesos de presentación de los contenidos informativos respecto de la plataforma digital de Diario El Telégrafo.
- Evaluar las posibilidades de navegación y acceso del usuario a los contenidos
- Determinar el índice de consumo del producto informativo digital de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### **2.1 Antecedentes investigativos**

El presente proyecto propone como tema de investigación la incidencia del ciberperiodismo y sus elementos de comunicación digital como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del año 2018.

Para contextualizar el objeto de estudio es necesario ampliar el concepto de Ciberperiodismo. Según Machado (2003), ésta es una disciplina que, como propio fenómeno, apenas tiene más de una década. Cumplida ya esa década de ciberperiodismo y de investigación del ciberperiodismo, exige se realice un balance de qué es lo que se ha hecho y qué tendencias, metodologías y temas se han priorizado en este tiempo.

“A nuevos problemas, nuevos métodos de análisis”. Es lo que, en las acertadas palabras del profesor Machado, es una “inversión de las prioridades” y el “desafío de la investigación aplicada” frente a una nueva realidad o, incluso, un nuevo paradigma (Machado, 2000).

Si el ciberperiodismo es aquella variedad de la actividad profesional de conseguir y ofrecer información de actualidad mediante medios informáticos para distribuirla en el ciberespacio, una buena definición de este concepto es la de Santaella (2004), para quien ciberespacio es “todo aquel espacio informativo

multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información [...], espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red [...] hecho de circuitos informativos navegables” (Santaella, 2004: 45).

El ciberespacio vendría a ser entonces una atmósfera creada sobre percepciones, donde el lector, o usuario, desarrollado un nuevo modelo de interacción con la información que se refleja, por ejemplo, en los modos de lectura creados e identificados y donde se enfrenta a códigos y lenguajes nuevos cada día.

Hay varios que también se refieren específicamente a esta cuestión, como los de Moreno (2002), quien manifiesta que el ciberperiodismo se presenta como uno de los elementos claves en la potenciación y transformación de la inteligencia colectiva. Esta afirmación del autor, es una advertencia acerca de los caminos que han de tomar los cibertextos informativos.

Por tanto, el término ciberperiodismo podría utilizarse para referirse a cualquier objeto o sistema que haga uso de variados y múltiples medios de expresión digital para comunicar y transmitir información.

Más adelante, respecto de los elementos de comunicación digital en el ciberespacio como la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad, se debe aclarar que éstos no son privativos de la era tecnológica, según lo menciona Salaverría (2010). Para ser exactos, habría que enfatizar en que estos tres rasgos ya estaban presentes en otras plataformas comunicativas anteriores a internet. Es

posible descubrir estas mismas manifestaciones de todos esos fundamentos comunicativos en otros medios tan alejados de los digitales como un simple periódico impreso.

Por ejemplo, un diario es un medio interactivo: sí, lo es cuando *admite* cartas al director. También contiene rasgos hipertextuales: al fin y al cabo, *enlaza* unos textos con otros. ¿Acaso frases tan simples como “sigue en página #” no cumplen la función de hipervínculos?

Un periódico también es multimedia, *combina* textos e imágenes. En esencia, un diario impreso es un medio que cumple con esos tres rasgos comunicativos.

Por tanto, éstas son características que provocan, o están en camino de hacerlo, profundas aunque prudentes y paulatinas, modificaciones en la forma que el ser humano tiene de transferir información y conocimiento a sus semejantes.

Así, cuando un programa de computador, documento o presentación combina adecuadamente los medios se mejoran notablemente la atención, comprensión y el aprendizaje; ya que se acerca algo más a la manera habitual en la que los seres humanos se comunican.

Muchos son los aspectos que nos interesaría analizar alrededor del ciberperiodismo. Sin embargo, el apartado que más nos concierne, desde el punto de vista periodístico y de comunicación, es su impacto comunicativo digital. Es decir, analizar cómo se crean los contenidos, cómo se realizan y estructuran los mensajes, cómo se comunican los integrantes de una red y cómo estas se expanden y crecen a través de la atmósfera digital.

Bajo esta óptica, las plataformas digitales son, por mucho, objeto de estudio de numerosas disciplinas. El concepto de la sociedad pensada como una red representa uno de los cambios más importantes de las Ciencias Sociales en el siglo XX., lo afirma (Foray, 2002).

Adicional a esto, es fundamental comprender que la dinámica del área digital obedece a una lógica completamente distinta a la del papel, debido a que la actualización inmediata de los hechos es la marca distintiva en el quehacer digital, sean estos en redes sociales, portales o periódicos en red.

Esto marca una distancia importante entre la noticia impresa y la accesibilidad inmediata o no, que tienen los usuarios a los medios convencionales y/o digitales.

Paralelamente a estas circunstancias está el cambio en las rutinas de producción de los medios, que mantiene relación directa con el fenómeno de cultura participativa. Este concepto fue desarrollado por Jenkins (2006), fundador y director de departamento de Estudios Mediáticos Comparados del Instituto de Tecnología de Massachusetts, en su libro *Convergencia Cultural*, donde el autor aporta elementos para entender el consumo mediático en el siglo XXI y ofrece un marco teórico que explica la nueva relación entre medios y público.

## **2.2. Fundamentación Filosófica**

La presente investigación se ubica en el paradigma crítico–propositivo debido a que analiza una situación y/o comportamiento y busca plantear alternativas de solución.

Y de igual forma, este paradigma también induce a la crítica teniendo en cuenta la interpretación de la realidad pero basándose en la práctica y el sentido. Al utilizar el método inductivo-deductivo para llegar al conocimiento, es claro que prevalece sobre todo aspecto la utilización de diversas fuentes e interpretaciones de los hechos para llegar así a una interpretación de la realidad, enfocados directamente en la comprensión e interpretación de los hechos y de sus implicados en los diferentes procesos informativos, comprensivos desde la elaboración de contenidos informativos.

### **2.3. Fundamentación legal**

El trabajo de investigación estará sustentado en su parte legal por:

La Constitución de la República del Ecuador del 2008 en su Art. 16 señala que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas,



privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

La Constitución de la República del Ecuador del 2008 en su Art. 17 dispone que el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto (2) facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada

La Ley Orgánica de Comunicación, en su artículo 17, especifica que “Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley” (LOES, año).

El mismo cuerpo legal dispone, en su artículo 35, que todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

## 2.4 Categorías Fundamentales



Características del Periodismo Digital

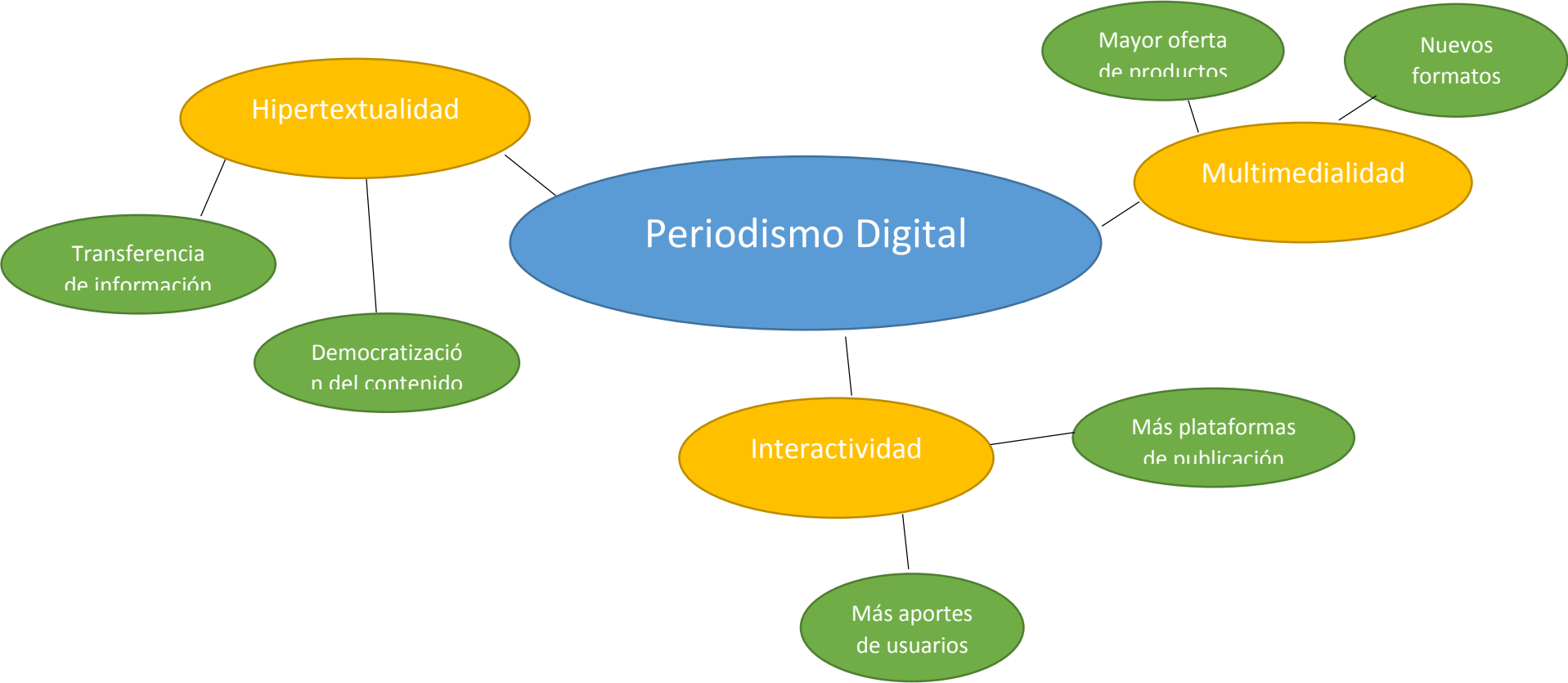
**Variable Independiente**



Incidencia de Diario El Telégrafo

**Variable Dependiente**

**Variable Independiente:** Características del Periodismo Digital



**Variable Dependiente:** La incidencia del ciberperiodismo en la plataforma digital de Diario El Telégrafo.



## **Descripción conceptual**

### **Periodismo digital**

Según lo menciona Díaz & Salaverría (2003) el periodismo y la tecnología digital tuvieron un encuentro aproximadamente en el año 1980, desencadenando una transición radical en los medios clásicos de comunicaciones. A partir del siglo XXI empiezan a notarse las verdaderas repercusiones de este cambio, el mismo que afecta los actores, niveles y elementos de la profesión periodística.

Dentro de los cambios significativos se encuentra el lenguaje periodístico, la adopción de nuevos interlocutores, canales y soportes conllevaron a la producción de nuevos contenidos y formas de contar la realidad, y es así que nace la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (Díaz & Salaverría, 2003).

Díaz & Salaverría (2003) sostienen que a través de la utilización de la tecnología digital y de las redes telemáticas, siendo el internet el principal exponente, se conforma el periodismo digital, en el que se incorporaron procesos y productos inalcanzables en el periodismo tradicional.

Debido a la innovación tecnológica, desde el siglo XX hasta la actualidad, se han desarrollado diferentes teorías relacionadas a los medios de comunicación aportando con varias matrices de análisis (Hamada, 2013).

Según Manuel Castells citado por Oliva (2014) manifiesta que la Sociedad de la Información es definida como un estado de desarrollo social cuya característica

principal es la capacidad de los miembros para conseguir la información requerida, en el momento y lugar solicitado.

Mientras que, el autor japonés Yoneji Masuda, citado por Oliva (2014), sostiene que la Sociedad de la información se fundamenta en una sociedad post-industrial que se desenvuelve en un ambiente en el que la información es constante, por lo tanto existe un aporte para la creatividad humano disminuyendo los niveles de consumo material.

Teniendo como antecedente el uso del internet y la digitalización de las noticias, se origina la revolución del periodismo, básicamente los profesionales buscan características y un lenguaje único y multimedia a través del cual enriquecen los textos que están compartiendo con la comunidad online (Hamada, 2013).

El estudio mencionado se caracteriza se caracteriza por investigar tres partes fundamentales del periodismo digital: revelación de las primeras experiencias de digitalización de periódicos, análisis de las características de la práctica periodística digital, y los componentes de los nuevos formatos periodísticos.

Luciana Mielniczuk citada por Oliva (2014) en su investigación señala la evolución del periodismo digital y es que en primera instancia las noticias eran transcritas a formatos digitales, posteriormente se insertaron elementos como correos electrónicos para que exista un mayor nivel de comunicación entre el lector y el periodista, la presencia de enlaces que permitían la vinculación hacia otros contenidos, foros o debates; finalmente la autora denomina el *webjournalismos* que se caracteriza por la incorporación de varios elementos

técnicos que permiten el intercambio de datos, imágenes y sonidos de manera más rápida.

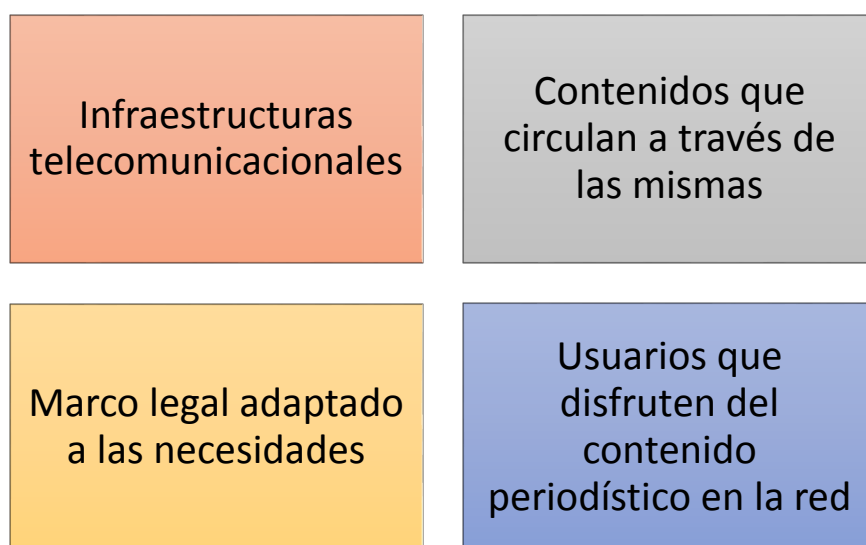
El periodismo digital cuenta con las siguientes características:

- La búsqueda de información debe ser procesada, contextualizada y clasificada por los denominados criterios de prioridad, debido a que estos deben enfocarse en la audiencia.
- La información recopilada no se limita únicamente a lo encontrado en la web, contrariamente se indaga en otros sitios como información no digital; con la finalidad de la creación de un contenido con características propias, de manera que la audiencia se enfoque en informarse a través de un contenido virtual.
- Se muestran enlaces que direccionan a la audiencia al contenido original de la publicación, es decir no limita información
- El periodismo digital no tienen limitantes de tiempo y espacio, como otros medios de comunicación, por ejemplo tanto radio como televisión deben cumplir un tiempo determinado para cada programación, en el caso de prensa escrita existe limitación con el número de páginas, mientras que en el periodismo digital no existen tiempos ni espacios que limiten la información.
- Jerarquización de las fuentes informativas, lo que permite al lector contextualizar cualquier tipo de información
- Comprobación de la veracidad de información

- Personalización de contenidos.

### Nuevas prácticas periodísticas

De acuerdo al informe de la Industria de contenidos Digitales, el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento se sustenta en cuatro elementos principales:

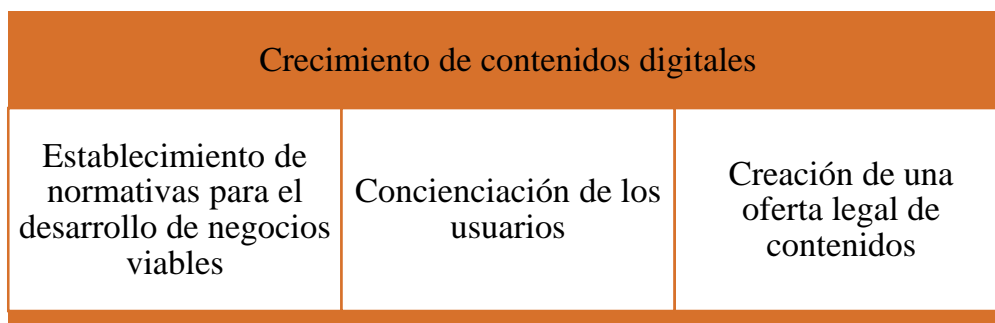


**Gráfico 1 Elementos para el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento**

Fuente: (AMETIC, 2012).

Elaborado por: Magaly Villacrés

El crecimiento de contenidos digitales se basa en 3 parámetros:



**Gráfico 2 Elementos para el crecimiento de contenidos digitales**

Fuente: (AMETIC, 2012).

Elaborado por: Magaly Villacrés



Con los avances tecnológicos asociados a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se han desarrollado sectores que anteriormente se encontraban estancados, la aparición de la Web 2.0 ha permitido romper aquellas relaciones asimétricas existentes entre el productor de contenidos y el usuario final (Vivar & Vainader, 2011).

Existen varios estudios que hacen referencia a las nuevas prácticas que deben asumir los periodistas en el aspecto de digitalización de las noticias, por lo que se considera necesario realizar una breve explicación de los criterios de cada autor con la finalidad de llegar a determinar conclusiones que permitan determinar cuáles son las nuevas prácticas utilizadas en el periodismo digital.

**Tabla 1 Estudios sobre nuevas prácticas de periodismo digital**

Título de la investigación	Autor	Contenido
¿Cómo escribir para la web?	Guillermo Franco (2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención del público frente a la pantalla</li> <li>• Aprovechar estos datos por parte de los periodistas</li> <li>• <i>Usabilidad</i>: noción para el diseño de interfaces</li> <li>• Estructurar textos de manera funcional</li> <li>• Estructura de la pirámide invertida revalorizada para la utilización en la web</li> <li>• Unidades divididas de pirámides</li> <li>• Hipertextos de una sola pirámide.</li> </ul>

<p>De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital</p>	<p>Ramón Salaverría (1999)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptación a los cambios tecnológicos</li> <li>• Capacitación constante</li> <li>• Abrir la estructura cerrada de la pirámide invertida ante la presencia del hipertexto</li> <li>• Propone el uso de células afirmativas, a través de este modelo se busca descomponer la estructura tradicional de los textos y que funcionen como unidades informativas enlazadas entre sí.</li> </ul>
<p>Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)</p>	<p>Centro Knight para Periodismo en las Américas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de los creadores de contenido para contar sus historias a través de videos o formas aún más complejas</li> <li>• Desarrollo de proyectos periodísticos aprovechando la web para comercializar publicidad</li> <li>• Los usuarios demandan acciones de promoción y socialización de contenidos</li> <li>• Conocimiento de diseños de páginas web, administración, manejo de información</li> <li>• Mejorar la experiencia del usuario</li> </ul>
<p>Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism</p>	<p>J. Bardel y M. Deuze</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactividad, (participación del lector en la producción del medio)</li> <li>• Hipertextualidad ((interconexión de textos a través de links)</li> <li>• Multimedialidad: (Convergencia de formatos mediáticos)</li> </ul>

Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos	Andrés Cuesta y Mariano Zelcer (2002)	Destacan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hipertextualidad</li> <li>• Multimedialidad</li> <li>• Interactividad</li> <li>• El periodismo digital se caracteriza por su configuración retórica, temática y enunciativa</li> </ul>
---	---------------------------------------	---

**Fuente:** (Hamada, 2013)

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

Al realizar el análisis de los puntos más importantes encontrados en el estudio de cada uno de los autores mencionados, se concluye que para el éxito del periodismo digital es necesaria la capacitación constante y continua en las áreas de digitalización, uso de las herramientas web existentes, necesidades de los usuarios entre otros aspectos. Además es importante recalcar que a más de la capacitación algunos autores coinciden en la evolución de la pirámide invertida, misma que es utilizada en el periodismo digital, a más de ello la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, son parte clave y fundamental en el periodismo digital.

En el estudio efectuado por Oliva (2014) algunos periodistas dan sus comentarios, sobre el periodismo digital, a continuación se muestran los más relevantes:

- Se debe adaptar los métodos de trabajo a la realidad tecnológica
- Las publicaciones y distribuciones de contenido no requieren de grandes inversiones
- “Internet es nuestra sociedad y nuestra sociedad es Internet”

- Los ciudadanos pueden informarse de mejor manera
- El internet es el nuevo lugar de discursos políticos
- Libertad de prensa es libertad de opinión
- Se deben establecer ventajas competitivas
- El *Copyright* es importante, ya que la empresa decide cómo y dónde se difunden los contenidos plasmados
- Es un servicio periodístico online
- Lo que aparece en la red permanece en ella
- Credibilidad de las noticias

### **La hipertextualidad**

“La hipertextualidad es una variable que permite analizar la madurez de la práctica de periodismo digital, para determinar la cantidad (número de enlaces pro unidad de contenido) y la calidad (tipos de enlace según semánticas) del uso del hipertexto” (Fondevila & Segura, 2012).

Los enlaces existentes pueden ser jerarquizados, es decir se puede incluir un valor agregado al párrafo enlazado, y en este caso hay tres tipos de enlace que son:

- **Enlaces contextuales:** se relaciona con una de las “w” de la noticia, con frecuencia suelen aparecer un el *lead* o *teaser* del periodismo digital

- **Enlaces relacionales:** se relacionan con las unidades de contenido, sirviendo como antecedente de la noticia, causas o acciones de los protagonistas.
- **Enlaces recomendados:** aportan documentos de interés intelectual que generen mayor valor semánticos al contenido expuesto.

Los estudios demuestran que en lo referente a hipertextualidad, los enlaces dentro del texto predominan a los existentes fuera del texto, en referencia a la interactividad se observa la existencia de mayor numero de comentarios en los fines de semana (Fondevila & Segura, 2012).

### **La interactividad**

“El desarrollo tecnológico en conjunción con la progresiva convergencia de la informática en los medios de comunicación, favorecen la fosilización de esos usuarios pasivos, quienes receptaban el mensaje de manera pasiva” (Barredo & Díaz, 2016)

A través de la interactividad lo que se busca es determinar el nivel de interacción existente entre los protagonistas receptores de información, y es así que se establecen 3 niveles de comunicación:

- Comunicación no interactiva
- Comunicación cuasinteractiva
- Comunicación completamente interactiva

Rodríguez, Codina y Pedraza (2012) citados por Barredo y Díaz (2016), proponen 6 parámetros para la evaluación de la interacción de medios, dentro de dichos parámetros constan las posibilidades comunicativas, personalización de la información, entre otros.

### **Multimedialidad**

Se entiende como multimedialidad al conjunto de formas básicas de información como textos, sonidos, imágenes fijas o animadas, de manera acercada o integrada (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2010).

La multimedialidad, interactividad e hipertextualidad son características fundamentales del periodismo digital.

### **Cibercultura**

La cibercultura es definida como las interacciones sociales y culturales que se encuentran generando las tecnologías de información y comunicación TICS, ya sea para condiciones innovadoras y para las oportunidades de desarrollo de personas y sociedades (Lévy, 2007).

De acuerdo con Lévy citado por Márquez (2008) sostiene que la cibercultura es:

“Conjunto de técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento y valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio, es decir, como un sistema híbrido donde cultura (la dinámicas de las representaciones), sociedad (la gente, sus lazos, sus intercambios) y técnica (los artefactos eficaces) se influyen y retroalimentan mutuamente.

En la actualidad todas las personas tienen acceso a la tecnología, por lo tanto se concluye que la tecnología es accesible en cualquier momento y lugar. El término cibercultura hace referencia a la colección de culturas y productos culturales existente y que las mismas se encuentran digitalizadas en una página de internet, por lo tanto el principal elemento de la cibercultura es la tecnología (Moya & Vázquez, 2010).

## **2.5 Hipótesis**

Los elementos de la comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en la plataforma digital de Diario El Telégrafo cumplen con la norma del ciberperiodismo en el medio

## **2.6 Señalamiento de variables**

### **Variable Independiente**

- La incidencia del ciberperiodismo en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, en el mes de enero del año 2018.

### **Variable Dependiente**

- Los elementos de la comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Enfoque

La presente investigación será de tipo cualitativa y cuantitativa; **cualitativa** porque estudiará las características y elementos que integran la plataforma digital de Diario El Telégrafo y, será **cuantitativa** porque propondrá medir el nivel de incidencia de los elementos de comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad de la plataforma digital del diario.

Mientras que la investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan. A diferencia de la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la cual busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo (Pita & Pértegas, 2002).

La investigación es cuantitativa ya que se basa en los principios de positivismo y neopositivismo lo que permite diseñar estándares necesarios para la investigación. La finalidad de este tipo de investigación será determinar y



analizar los sucesos cuantitativos, buscando la forma de establecer, formular y revisar las bases teóricas existentes (Robertt & Lisdero, 2016).

La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, es ampliamente usada en las ciencias naturales y sociales, desde la física y la biología hasta la sociología y el periodismo. En las ciencias sociales, el término es frecuentemente usado en contraste a investigación cualitativa.

También es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede (Pita & Pértegas, 2002).

La investigación cualitativa evita la cuantificación, la principal diferencia existente entre estas metodologías radica en que la cuantitativa relaciona variables que se cuantifican mientras que la cualitativa lo realiza en contextos estructurales y situacionales; tratando de identificar realidades en entornos diferentes (Guerrero & Guerrero, 2014).

### **3.2 Modalidad básica de investigación**

La modalidad a emplearse en esta investigación será:

**Investigación de campo**, porque se apoyará en informaciones provenientes de encuestas y la observación in situ del medio de comunicación, además, porque se apoyará en informaciones que provienen de encuestas y observaciones. Es el conjunto de la recopilación de información que provendrá de fuentes exteriores, a

través de distintas técnicas utilizadas para desarrollar este tipo de investigación junto a la de tipo documental.

Se realizará el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender el impacto y factores de influencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas de investigación conocidos.

Las técnicas de investigación de campo utilizadas, serán aquellas que sean de utilidad al investigador para relacionarse con el objeto y construir por sí mismo la realidad estudiada. Tendrá como propósito la recopilación de información acerca de la realidad del fenómeno a estudiar y de amplia utilidad para estudiar a fondo en un contexto determinado.

Con estas técnicas el investigador podrá acercarse a información que no ha sido documentada; es decir, estudiar aquello de lo que no hay nada escrito todavía.

En la investigación de campo los datos serán receptados de primera mano por el propio investigador, lo hará en la propia realidad donde ocurrirá el fenómeno. Se presentarán, describirán, analizarán e interpretarán en forma ordenada los datos obtenidos en el estudio en función de las preguntas o hipótesis de la investigación, con el apoyo de cuadros y gráficos, de ser el caso, y se discutirán sobre la base de la fundamentación teórica del trabajo o la tesis y los supuestos de la metodología.

Según Carlos Sabino en su texto "El proceso de Investigación" señala que esta clase de investigaciones están basadas en informaciones obtenidas directamente

de la realidad, permitiéndole al investigador certificar las condiciones reales en que se han obtenido los datos. Así el investigador realizará una efectiva medición de los datos (Sabino, 2014).

Sabino señala algunos tipos de diseño empleados con frecuencia, pero el que se empleó en la presente investigación es el diseño de encuesta, que consiste en preguntar de forma directa y simple a determinadas personas usuarias de la plataforma digital de Diario El Telégrafo, para conocer su comportamiento.

El diseño cualitativo tratará de recuperar para el análisis, parte de la complejidad del sujeto, modo de ser y hacer en el medio que lo rodea (Pita & Pértegas, 2002).

A continuación se muestra la plantilla que será considerada para la realización del análisis in situ de la plataforma digital de Diario El Telégrafo:

<b>PARÁMETRO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>POSIBLE PUNTUACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>SECCIÓN I. CONTENIDO</b>			
<b>1. Fuente y autoría</b>	1.1. Autoría	<b>0-3</b>	
	1.2. Adecuación	<b>0-1</b>	
	1.3. Comunicación	<b>0-1</b>	
<b>2. Contenido</b>	2.1. Tema/público/objetivos	<b>0-1</b>	
	2.2. Interés intrínseco	<b>0-1</b>	
	2.3. Originalidad/oportunidad	<b>0-3</b>	
	2.4. Política editorial	<b>0-1</b>	
	2.5. Cantidad	<b>0-3</b>	
	2.6. Rigor	<b>0-3</b>	
	2.7. Edición	<b>0-3</b>	
	2.8. Actualización	<b>0-3</b>	
	2.9. Recursos multimedia	<b>0-3</b>	
	2.10. Recursos interactivos	<b>0-3</b>	
	2.11. Archivo/hemeroteca	<b>0-3</b>	
<b>TOTAL PUNTUACIÓN CONTENIDO</b>			
<b>SECCIÓN II. RECUPERACIÓN</b>			
<b>3. Navegación</b>	3.1. Navegación principal	<b>0-1</b>	
	3.2. Expresividad	<b>0-3</b>	

	3.3. Identificación	<b>0-1</b>	
	3.4. Recorrido secuencial	<b>0-3</b>	
	3.5. Navegación estructural	<b>0-3</b>	
	3.6. Orientación	<b>0-3</b>	
	3.7. Jerarquización	<b>0-3</b>	
	3.8. Sumarios locales	<b>0-1</b>	
	3.9. Índice	<b>0-3</b>	
	3.10. Navegación semántica	<b>0-3</b>	
	3.11. Sistema de etiquetas	<b>0-3</b>	
	3.12. Recuperación de información	<b>0-3</b>	
	3.13. Búsqueda avanzada	<b>0-3</b>	
	3.14. Lenguaje documental	<b>0-3</b>	
<b>TOTAL PUNTUACIÓN NAVEGACIÓN</b>			
<b>4. Ergonomía</b>	4.1. Facilidad	<b>0-3</b>	
	4.2. Flexibilidad	<b>0-3</b>	
	4.3. Claridad	<b>0-3</b>	
	4.4. Legibilidad	<b>0-3</b>	
	4.5. Recursos multimedia	<b>0-3</b>	
	4.6. Velocidad	<b>0-3</b>	
<b>TOTAL PUNTUACIÓN ERGONOMÍA</b>			
<b>SECCIÓN III</b>			
<b>5. Luminosidad</b>	5.1. Enlaces	<b>0-3</b>	
	5.2. Contexto de anclaje	<b>0-3</b>	
	5.3. Anticipación	<b>0-3</b>	
	5.4. Oportunidad	<b>0-3</b>	
	5.5. Calidad	<b>0-3</b>	
	5.6. Actualización	<b>0-3</b>	
	5.7. Tratamiento	<b>0-3</b>	
<b>TOTAL PUNTUACIÓN LUMINOSIDAD</b>		<b>21</b>	
<b>6. Ubicuidad</b>	6.1. Título	<b>0-2</b>	
	6.2. Transparencia	<b>0-3</b>	
	6.3. Metainformación	<b>0-2</b>	
	6.4. Dublín Core	<b>0-1</b>	
	6.5. Popularidad	<b>0-3</b>	
<b>TOTAL PUNTUACIÓN UBICUIDAD</b>		<b>11</b>	
<b>SECCIÓN IV. USABILIDAD</b>			
<b>7. Procesos</b>	7.1. Visión de estatus	<b>0-3</b>	
	7.2. Convenciones	<b>0-3</b>	
<b>8. Errores</b>	8.1. Deshacer acciones	<b>0-1</b>	
	8.2. Mensajes	<b>0-1</b>	
	8.3. Consecuencias	<b>0-1</b>	
<b>9. Adaptación</b>	9.1. Adaptación	<b>0-3</b>	
	9.2. Redundancia	<b>0-3</b>	
	9.3. Acceso	<b>0-3</b>	

	9.4. Política	<b>0-3</b>	
	<b>TOTAL PUNTUACIÓN USABILIDAD</b>	<b>21</b>	
<b>Total</b> de la puntuación que se podría obtener		<b>139</b>	
<b>Total</b> de puntos indicadores			
<b>Puntuación global potencial:</b> (puntuación total/número de indicadores) 139/55			<b>2,52</b>
<b>Puntuación global:</b> (puntuación total/número de indicadores)			

Fuente: (Codina, 2000)

### 3.3. Nivel o tipo de investigación

El tipo de investigación a emplearse será exploratoria, debido a que analizaremos los elementos de la comunicación digital como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad utilizados en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, y la incidencia del medio hacia el usuario.

Los estudios exploratorios abarcarán más que una llana descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; estarán dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Como el nombre lo sugiere, su interés estará enfocado en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones sucedió, o por qué dos o más variables están relacionadas (Salinas, 2010) .

La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados.

En pocas ocasiones los estudios exploratorios constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más

flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centrará en descubrir. La investigación histórica y la investigación documental serán de tipo exploratorio.

El investigador dependerá de fuentes primarias y secundarias las cuales proveerán la información y a las cuáles el investigador deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa.

En el primer caso verificará la autenticidad de un documento o vestigio y en el segundo, determinará el significado y la validez de los datos que contiene el documento que se considerará auténtico (Grajales, 2000).

A partir de los estudios exploratorios se generarán las investigaciones descriptivas.

### **3.4 Población y muestra**

#### **3.4.1. Población**

Para esta investigación se ha considerado la observación y análisis de los contenidos informativos publicados en el portal web de Diario El Telégrafo, a partir del uno de enero hasta el 31 de enero del año 2018.

Se ha considerado trabajar con un porcentaje del total de suscriptores que tiene Diario el Telégrafo, el número de suscripciones es de 1545 personas (El Telégrafo, 2015).

## **Muestra**

Para calcular la muestra es necesario que se aplique la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

Dónde:

**z**= Nivel de Confianza

**N**= Universo o Población

**p**= Probabilidad a favor

**q**= probabilidad en contra

**n**= número de elementos (tamaño de la muestra)

**e**= Error de estimación (preposición en resultados)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,10 * 0,90 * 1545.}{0,05 * (1545 - 1) + 1,96^2 * 0,90 * 0,10}$$

$$n = 308$$

Las encuestas fueron aplicadas a 308 personas, mismas que corresponden al promedio de usuarios que acceden de manera regular a la plataforma digital para la revisión de noticias de interés.

La encuesta se realizó, desde el lunes 19 de febrero de 2018, hasta el domingo 4 de marzo de 2018, mediante correo electrónico, a los usuarios que tienen

suscripciones de Diario El Telégrafo. Se consideró oportuno utilizar este tipo de herramientas de investigación con la finalidad de conocer la percepción de los usuarios.

A través de la obtención de esta información el investigador se encuentra en la posibilidad de tener un criterio de valor más fortalecido, por lo tanto se generaron las soluciones pertinentes a la problemática existente, considerando varios escenarios entre los que se encuentran: análisis de percepción de los usuarios a través de la aplicación de las encuestas, obtención de información por parte del director de medios digitales de Diario El Telégrafo a través de la utilización de entrevistas y finalmente un análisis de sitio que es realizado a través de la observación.

#### **3.4.2. Matriz de preguntas para encuesta**

1. ¿Qué es lo que más le gusta del medio de prensa digital El Telégrafo?
2. ¿Cuál es la plataforma que usted más utiliza para navegar en el medio digital El Telégrafo?
3. ¿Cuenta la prensa digital El Telégrafo con espacios para comentar sobre las noticias?
4. Como usuario, ¿qué es lo que considera más importante en lo que ofrece un medio de comunicación digital?
5. ¿Escoja al menos dos opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación?
6. ¿Qué tipo de noticia le interesaría que se publique con frecuencia por el medio digital el Telégrafo?
7. ¿Con qué frecuencia le gustaría leer el tipo de información que es de tu



### 3.5. Operacionalización de Variables

#### 3.5.1. Variable Independiente

La incidencia del ciberperiodismo en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, en el mes de enero del año 2018.

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica	Instrumentos
El Ciberperiodismo, es un término utilizado para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet y el flujo constante de contenidos noticiosos e informativos que se difunde a través de	-Plataforma digital.	-Número de visitantes de la plataforma digital.  -Aportes y comentarios de los usuarios.  -Suscripciones de usuarios al portal web del diario El Telégrafo.	¿Qué elementos determinan el seguimiento del portal web de Diario El Telégrafo, por parte de los usuarios?  ¿Considera que ha incidido, positiva o negativamente, el diseño del portal web de diario El Telégrafo. para motivar la interacción de los usuarios?	Observación  Encuesta	Contador de visitas de usuarios al portal web del diario El telégrafo.  Encuesta en línea a usuarios que navegan en la plataforma digital del diario El Telégrafo.

diversas plataformas tecnológicas.			¿Qué determina la incorporación de suscriptores al portal web de Diario El Telégrafo?		
------------------------------------	--	--	---	--	--

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

### 3.5.2. Variable Dependiente:

Los elementos de la comunicación digital: interactividad, hipertextualidad y multimedialidad.

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica	Instrumentos
El Ciberperiodismo, es un término utilizado para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet y el flujo constante de contenidos noticiosos e informativos que se difunde a través de diversas plataformas tecnológicas.	-Multimedialidad  -Hipertextualidad  -Interactividad	-Audio  -Video  -Fotografía  -Infografía  -Enlaces  -Hipervínculos  -Comentarios	¿Qué factores determinan la incidencia del ciberperiodismo en la plataforma digital de Diario El Telégrafo?  ¿Considera que ha incidido, positiva o negativamente, los elementos del ciberperiodismo en la plataforma digital de Diario El Telégrafo?  ¿Qué determina la utilización, total o parcial, de los elementos	Observación  Encuesta  Entrevista	Cuestionarios  previamente  elaborados a partir de un análisis minucioso de las fuentes de consulta.

			del ciberperiodismo en los contenidos informativos de la plataforma digital de Diario El Telégrafo?		
--	--	--	---	--	--

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Resultados descriptivos

Para obtener la información, se procedió a realizar un análisis en la plataforma de Diario El Telégrafo, a través del cual fue posible visualizar las publicaciones digitales en el mes de Enero del año 201, mismo que es objeto de análisis.

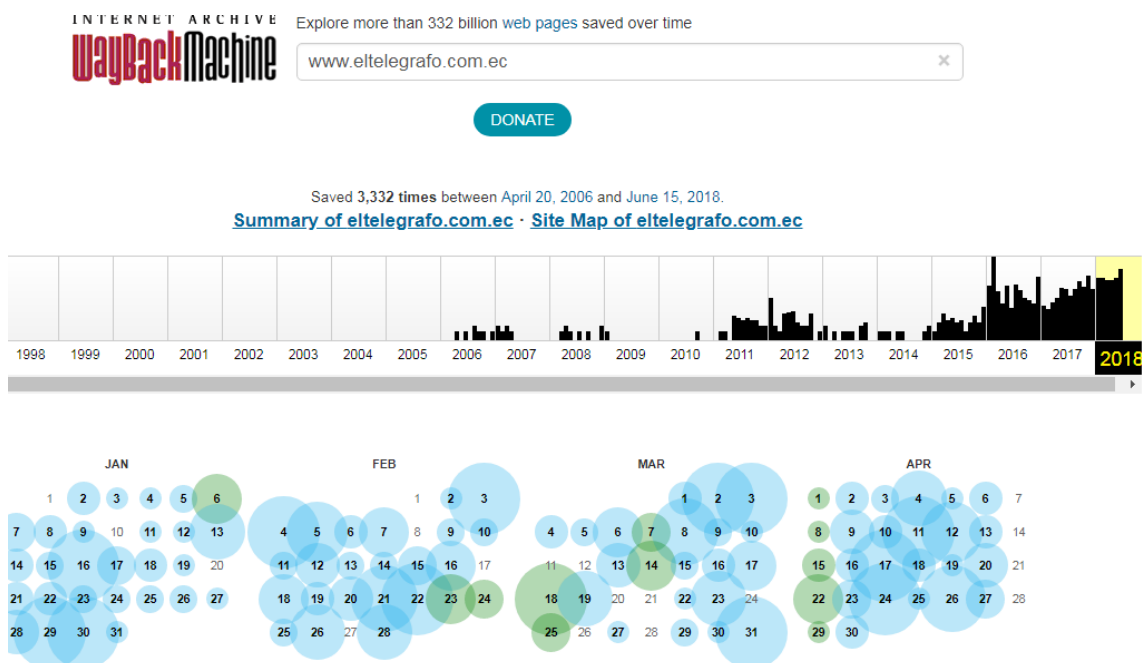


Gráfico 3 Plataforma digital de Diario el Telégrafo

En el gráfico correspondiente se visualiza la plataforma digital de Diario El Telégrafo, en donde se encuentra básicamente distribuido por año y mes las publicaciones que se han realizado; es importante mencionar que esta es una herramienta que facilita al usuario acceder a la información requerida en el menor tiempo posible.

A continuación en la siguiente tabla se determina que el número de publicaciones realizadas en el mes de enero, y posteriormente se procedió a calcular los porcentajes de representación de cada una de las secciones existentes.

**Tabla 2 Publicaciones mes de Enero del 2018**

<b>Secciones</b>	<b>Nº publicaciones mensuales</b>	<b>%</b>
Política	82	11%
Economía y negocios	89	12%
Justicia	80	11%
Noticias del Ecuador	86	12%
Reporte Mundial	101	14%
Deportes	133	18%
Sociedad	81	11%
Arte / Cultura	79	11%
<b>TOTAL</b>	<b>731</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Plataforma Diario El Telégrafo

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

Como se visualiza en la tabla correspondiente en el mes de Enero del 2018 de la agenda total de contenidos publicados, en mayor porcentaje es la sección de deportes el 18% del total de publicaciones se direccionaron a esta temática; reporte mundial (14%), Economía y negocios (12%), Noticias del Ecuador (12%), política (11%), Justicia (11%), Sociedad (11%) y Arte/cultura (11%).

### **Interactividad**

La posibilidad de introducir comentarios es una de las herramientas en que los usuarios participan de manera libre, generando su opinión crítica ante determinada temática; además este instrumento permite obtener índices para determinar el nivel de interactividad existente.

Al analizar la posibilidad de emitir comentarios por parte de los usuarios en las publicaciones existentes en Diario El Telégrafo es nula, es decir no existe un espacio destinado para la generación de comentarios ya sea emitido para la noticia en si o para el equipo periodístico.

En cuanto a la existencia de enlaces a redes sociales (Facebook y Twitter) es evidente, actualmente cada una de las noticias visualizadas cuentan con botones de estas redes sociales para poder compartir en las mismas, las noticias seleccionadas.

Al ser Facebook y Twitter las redes sociales más utilizadas es una manera estratégica de compartir información utilizando el recurso tecnológico existente, con la finalidad de captar a más usuarios que visiten la plataforma digital de Diario El Telégrafo.

### **Multimedialidad**

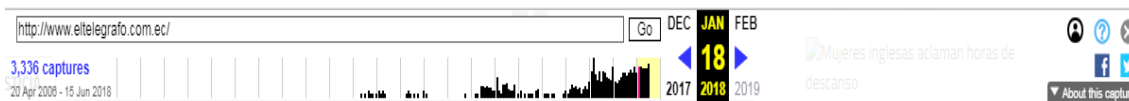
La cantidad de herramientas multimedia utilizadas es importante, debido a que a través de la misma existe la posibilidad de atraer a nuevos usuarios que visiten la plataforma digital.

**Tabla 3 Herramientas multimedia**

<b>Herramienta multimedia</b>	<b>¿Posee?</b>	
	<b>Si</b>	<b>No</b>
Fotos	X	
Galería fotográfica	X	
Infografía	X	
Mapas		X
Líneas de tiempo	X	

Videos	X	
Audio		X
Otros		

**Fuente:** Plataforma Diario El Telégrafo  
**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 4** Línea de tiempo



**Gráfico 5** Video

A través de la aplicación de la observación se han determinado cuales son las herramientas multimedia que Diario El Telégrafo aplica en su página digital; en muchas ocasiones estas herramientas permiten al usuario a mantenerse enganchados con el medio de comunicación.

En la actualidad existen diferentes herramientas multimedia que pueden ser aplicadas, sin embargo es importante que la persona encargada del diseño del mismo, determine las que generarán mayor impacto visual y auditivo.

### **Hipertextualidad**

Es importante analizar la siguiente tabla:



**Tabla 4 Existencia de hipervínculos**

	<b>Internos</b>		<b>Externos</b>	
	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Hipervínculo	X		X	

**Fuente:** Plataforma Diario El Telégrafo

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

Los hipervínculos tienen mayor presencia en el ciberperiodismo, pues resulta más fácil poder vincularse con otras páginas, la existencia de hipervínculos internos y externos permite que los usuarios accedan a la plataforma digital de Diario el Telégrafo de manera más fácil y rápida.

### **Índice de visibilidad**

Es importante determinar el índice de personas que han accedido a las diferentes publicaciones realizadas por los editores de Diario El Telégrafo en su plataforma digital; para lo cual por motivos de estudio se ha escogido una noticia al azar de cada una de las secciones existentes y se ha determinado el número de lectores; posteriormente se ha calculado un promedio mensual; a continuación se detalla la tabla en mención:

Fecha	Número de visualizaciones por sección de noticias								TOTAL	PROMEDIO
	Política	Economía y negocios	Justicia	Noticias del Ecuador	Reporte Mundial	Deportes	Sociedad	Arte/Cultura		
01/01/2018	441	320	143	147	122	505	134	90	1902	<b>237,75</b>
02/01/2018	302	320	120	129	187	340	100	102	1600	<b>200,00</b>
03/01/2018	276	312	100	104	167	650	134	104	1847	<b>230,88</b>
04/01/2018	487	234	98	109	134	438	128	122	1750	<b>218,75</b>
05/01/2018	298	298	87	122	123	429	182	132	1671	<b>208,88</b>
06/01/2018	190	276	0	123	153	389	134	104	1369	<b>171,13</b>
07/01/2018	100	256	146	123	136	187	121	108	1177	<b>147,13</b>
08/01/2018	321	290	158	187	127	478	109	102	1772	<b>221,50</b>
09/01/2018	232	300	178	165	134	456	120	89	1674	<b>209,25</b>
10/01/2018	222	302	88	134	132	537	134	120	1669	<b>208,63</b>
11/01/2018	135	276	219	145	145	528	167	120	1735	<b>216,88</b>
12/01/2018	135	198	129	146	178	489	182	123	1580	<b>197,50</b>
13/01/2018	440	178	104	158	165	437	134	143	1759	<b>219,88</b>
14/01/2018	389	294	109	178	134	503	128	140	1875	<b>234,38</b>
15/01/2018	378	298	122	188	143	347	198	154	1828	<b>228,50</b>
16/01/2018	398	298	123	219	154	536	156	106	1990	<b>248,75</b>
17/01/2018	320	176	123	189	198	438	176	121	1741	<b>217,63</b>
18/01/2018	323	320	187	176	187	433	145	100	1871	<b>233,88</b>
19/01/2018	290	326	165	156	178	430	123	104	1772	<b>221,50</b>
20/01/2018	178	289	134	221	187	450	123	290	1872	<b>234,00</b>
21/01/2018	129	289	145	231	163	245	187	145	1534	<b>191,75</b>
22/01/2018	198	198	146	198	201	489	165	239	1834	<b>229,25</b>
23/01/2018	194	376	158	178	220	605	134	102	1967	<b>245,88</b>
24/01/2018	193	238	178	156	230	478	145	132	1750	<b>218,75</b>

25/01/2018	191	283	88	234	210	567	146	134	1853	<b>231,63</b>
26/01/2018	190	299	219	219	187	396	156	123	1789	<b>223,63</b>
27/01/2018	190	278	129	200	198	394	187	145	1721	<b>215,13</b>
28/01/2018	190	189	104	187	134	398	176	132	1510	<b>188,75</b>
29/01/2018	329	298	290	165	176	403	169	156	1986	<b>248,25</b>
30/01/2018	100	329	145	158	139	464	189	138	1662	<b>207,75</b>
31/01/2018	289	326	239	189	219	433	189	146	2030	<b>253,75</b>
<b>TOTAL</b>	8048	8664	4374	5234	5161	13872	4671	4066		
<b>PROMEDIO</b>	<b>259,61</b>	<b>279,48</b>	<b>141,10</b>	<b>168,84</b>	<b>166,48</b>	<b>447,48</b>	<b>150,68</b>	<b>131,16</b>		



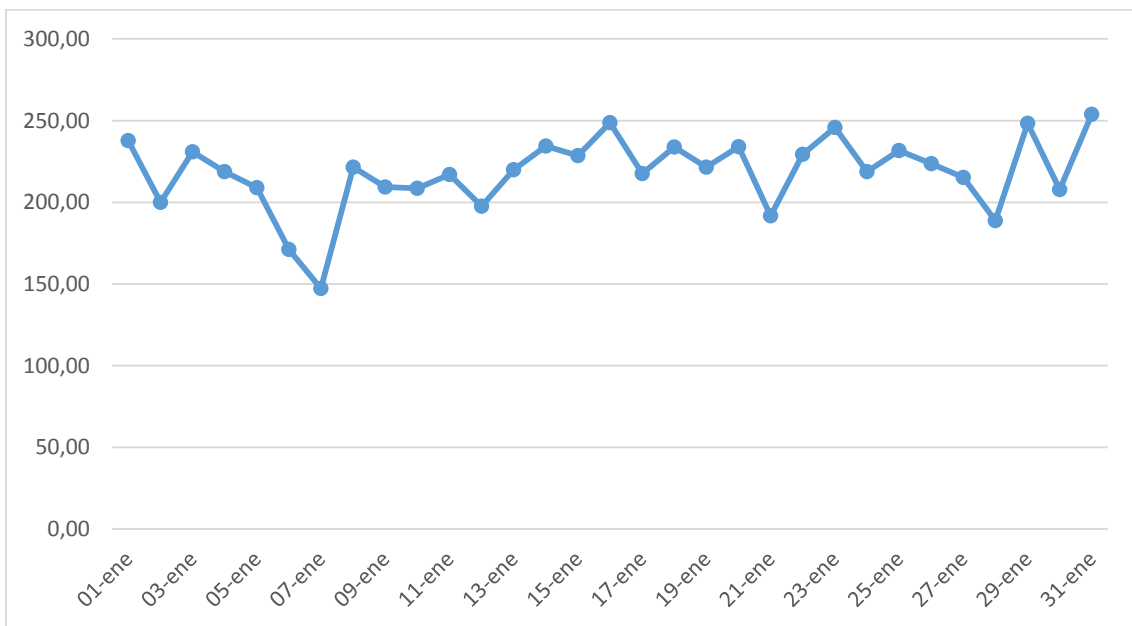
**Gráfico 6 Tendencias de visitas por secciones**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

### Análisis e interpretación

Al analizar el gráfico N° 6, se observa que en la sección deportes es la que más visualizaciones de los lectores ha tenido; por lo que se puede concluir en que la misma se encuentra en la cúspide de las demás secciones, lo que conlleva a pensar que los lectores se interesan de mayor manera por noticias que se direccionen a los deportes; dentro de las categorías más bajas se establecen a la sección de justicia y arte y cultura ubicándose en los últimos lugares.



**Gráfico 7 Tendencia lectura diaria**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

## Análisis e interpretación

Para analizar el índice de consumo del producto informativo se ha procedido a calcular un promedio de las visualizaciones diarias de las diferentes secciones de estudio; y es así que se observa que el 07 de enero es el día en que menos usuarios hicieron uso de la plataforma, contrariamente el 31 de enero fue la fecha en la que existió mayor presencia de usuarios en la plataforma digital.

Como se observa en los gráficos presentados existe un crecimiento y decrecimiento constante de los valores analizados, la principal causa de lo mencionado está relacionada con los usuarios o lectores; esto se debe a que existen días en los que mayor número de usuarios acceden a la página y ocasiones en las que el número de visualizaciones cae considerablemente.

## Ficha de observación in situ

**Tabla 5 Puntajes**

<b>Categoría</b>	<b>Puntuación</b>
<b>0-1</b>	<b>0</b> Bien <b>1</b> Mal
<b>0-3</b>	<b>0</b> Mal cumplimiento <b>1</b> Cumplimiento con limitaciones <b>1.5</b> Cumplimiento adecuado <b>2</b> Cumplimiento notable <b>3</b> Cumplimiento excelente

Fuente: (Codina, 2000)

**Tabla 6 Ficha de observación**

<b>PARÁMETRO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>POSIBLE PUNTUACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>SECCIÓN I. CONTENIDO</b>			
<b>1. Fuente y autoría</b>	1.1. Autoría	<b>0-3</b>	1,5
	1.2. Adecuación	<b>0-1</b>	1
	1.3. Comunicación	<b>0-1</b>	1
<b>2. Contenido</b>	2.1. Tema/público/objetivos	<b>0-1</b>	1
	2.2. Interés intrínseco	<b>0-1</b>	1
	2.3. Originalidad/oportunidad	<b>0-3</b>	1
	2.4. Política editorial	<b>0-1</b>	1
	2.5. Cantidad	<b>0-3</b>	1

	2.6. Rigor	0-3	1,5
	2.7. Edición	0-3	1,5
	2.8. Actualización	0-3	1,5
	2.9. Recursos multimedia	0-3	1,5
	2.10. Recursos interactivos	0-3	1,5
	2.11. Archivo/hemeroteca	0-3	1,5
<b>TOTAL PUNTUACIÓN CONTENIDO</b>			<b>17,5</b>
<b>SECCIÓN II. RECUPERACIÓN</b>			
<b>3. Navegación</b>	3.1. Navegación principal	0-1	1
	3.2. Expresividad	0-3	1,5
	3.3. Identificación	0-1	1
	3.4. Recorrido secuencial	0-3	1
	3.5. Navegación estructural	0-3	1
	3.6. Orientación	0-3	1
	3.7. Jerarquización	0-3	1
	3.8. Sumarios locales	0-1	2
	3.9. Índice	0-3	1
	3.10. Navegación semántica	0-3	1,5
	3.11. Sistema de etiquetas	0-3	2
	3.12. Recuperación de información	0-3	1
	3.13. Búsqueda avanzada	0-3	1
	3.14. Lenguaje documental	0-3	2
<b>TOTAL PUNTUACIÓN NAVEGACIÓN</b>			<b>18</b>
<b>4. Ergonomía</b>	4.1. Facilidad	0-3	2
	4.2. Flexibilidad	0-3	2
	4.3. Claridad	0-3	2
	4.4. Legibilidad	0-3	2
	4.5. Recursos multimedia	0-3	2
	4.6. Velocidad	0-3	2
<b>TOTAL PUNTUACIÓN ERGONOMÍA</b>			<b>12</b>
<b>SECCIÓN III</b>			
<b>5. Luminosidad</b>	5.1. Enlaces	0-3	1
	5.2. Contexto de anclaje	0-3	1
	5.3. Anticipación	0-3	0
	5.4. Oportunidad	0-3	0
	5.5. Calidad	0-3	1
	5.6. Actualización	0-3	1
	5.7. Tratamiento	0-3	0
<b>TOTAL PUNTUACIÓN LUMINOSIDAD</b>		<b>21</b>	<b>4</b>
<b>6. Ubicuidad</b>	6.1. Título	0-2	1
	6.2. Transparencia	0-3	1
	6.3. Metainformación	0-2	1
	6.4. Dublín Core	0-1	0
	6.5. Popularidad	0-3	2

<b>TOTAL PUNTUACIÓN UBICUIDAD</b>		<b>11</b>	<b>5</b>
<b>SECCIÓN IV. USABILIDAD</b>			
<b>7. Procesos</b>	7.1. Visión de estatus	<b>0-3</b>	1
	7.2. Convenciones	<b>0-3</b>	2
<b>8. Errores</b>	8.1. Deshacer acciones	<b>0-1</b>	1
	8.2. Mensajes	<b>0-1</b>	1
	8.3. Consecuencias	<b>0-1</b>	1
<b>9. Adaptación</b>	9.1. Adaptación	<b>0-3</b>	1
	9.2. Redundancia	<b>0-3</b>	1
	9.3. Acceso	<b>0-3</b>	2
	9.4. Política	<b>0-3</b>	2
<b>TOTAL PUNTUACIÓN USABILIDAD</b>		<b>21</b>	<b>12</b>
<b>Total de la puntuación que se podría obtener</b>		<b>139</b>	
<b>Total de puntos indicadores</b>			<b>68,5</b>
<b>Puntuación global potencial:</b> (puntuación total/número de indicadores) 139/55			<b>2,52</b>
<b>Puntuación global:</b> (puntuación total/número de indicadores) 88/55			<b>1,24</b>

Fuente: (Codina, 2000)

Considerando que de acuerdo con la metodología propuesta por (Codina, 2000), se establece que:

**Tabla 7 Parámetros de evaluación**

<b>Puntuación</b>	<b>Resultado</b>
0-0.63	Mala calidad
0.64-1.26	Calidad regular
1.27-1.89	Buena calidad
1.92-2.52	Excelente calidad

Fuente: (Codina, 2000)

En el caso de la plataforma digital de Diario El Telégrafo se han observado 55 indicadores obteniendo un puntaje de 68,5; se obtiene como resultado de los cálculos correspondientes una puntuación de 1,24, lo cual de acuerdo con la tabla 7, se establece que la calidad del contenido existente en la plataforma digital es regular, lo cual significa que existen problemas en la plataforma digital ya que no cumplen con los niveles requeridos de excelencia.

## 4.2. Resultados de encuestas

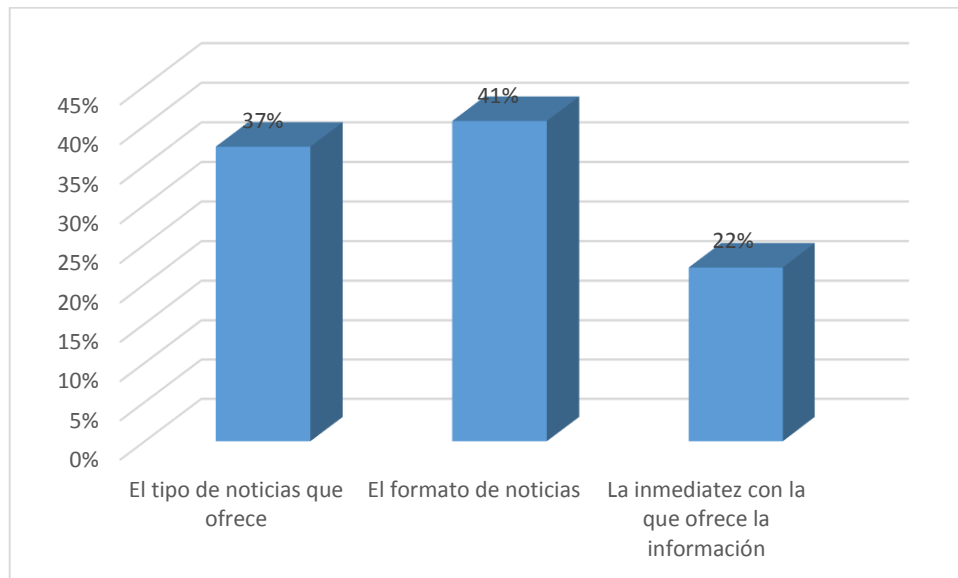
### 1. ¿Qué es lo que más le gusta del medio de prensa digital El Telégrafo?

**Tabla 8 Información Diario El Telégrafo**

Opciones	Frecuencia	%
El tipo de noticias que ofrece	115	37%
El formato de noticias	125	41%
La inmediatez con la que ofrece la información	68	22%
<b>TOTAL</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos

Elaborado por: Magaly Villacrés



**Gráfico 8** Información Diario El Telégrafo

Fuente: Base de datos

Elaborado por: Magaly Villacrés

### Interpretación

Del total de encuestas realizadas, con respecto a la información se obtiene que el 41% de personas encuestadas le gusta el formato con el cual trabaja diario el telégrafo para difundir la información, tomando en consideración, las noticias más destacadas para difundirlas. De la misma manera existe un 22% de respuestas consideradas como las más bajas que representa la inmediatez con la que ofrece la información.



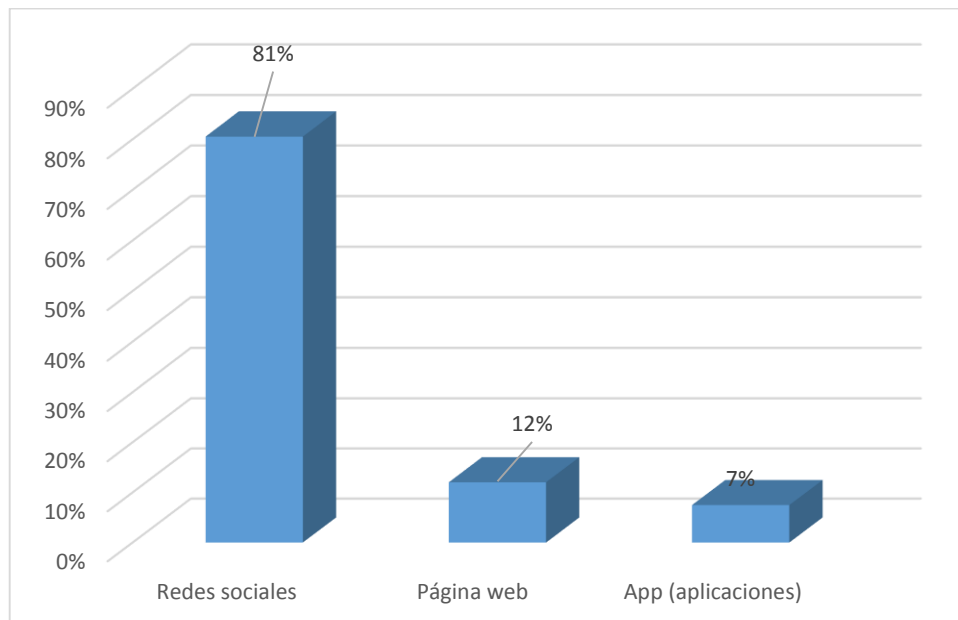
## 2. ¿Cuál es la plataforma que usted más utiliza para navegar en el medio digital El Telégrafo?

**Tabla 9 Plataforma**

Opciones	Frecuencia	%
Redes sociales	248	81%
Página web	37	12%
App (aplicaciones)	23	7%
<b>TOTAL</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos

Elaborado por: Magaly Villacrés



**Gráfico 9 Plataformas**

Fuente: Base de datos

Elaborado por: Magaly Villacrés

### Interpretación:

Según los resultados expuestos mediante la gráfica, existe un porcentaje significativo determinado por el 81% que indica que son las redes sociales el medio por el cual más acceden a la información expuesta por diario el Telégrafo, esto debido a la tendencia del manejo de redes sociales por jóvenes y adultos.

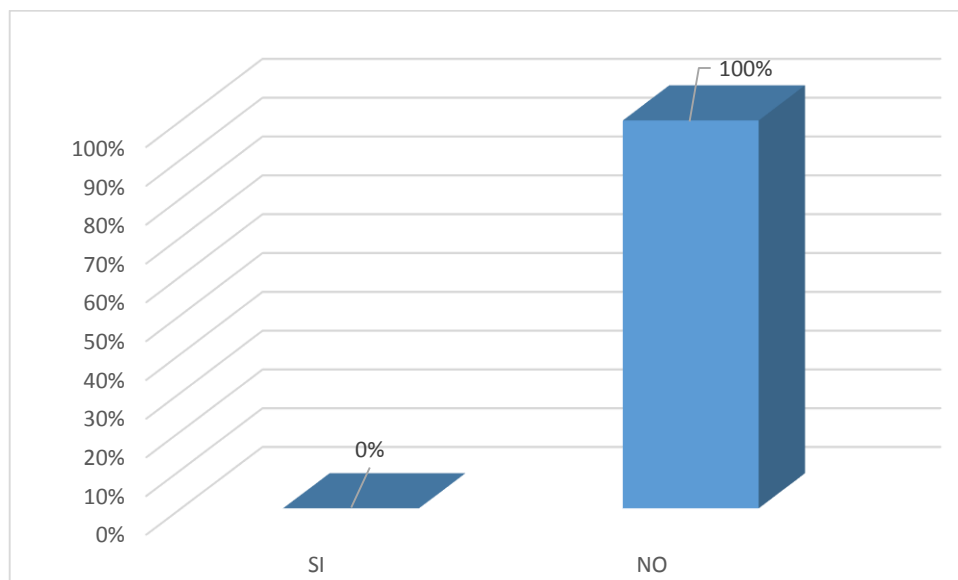
### 3. ¿Cuenta la prensa digital El Telégrafo con espacios para comentar sobre las noticias?

**Tabla 10: Espacios para comentar**

Opciones	Frecuencia	%
SI	0	0%
NO	308	100%
<b>TOTAL</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 10 Espacios para comentar**

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

#### **Interpretación:**

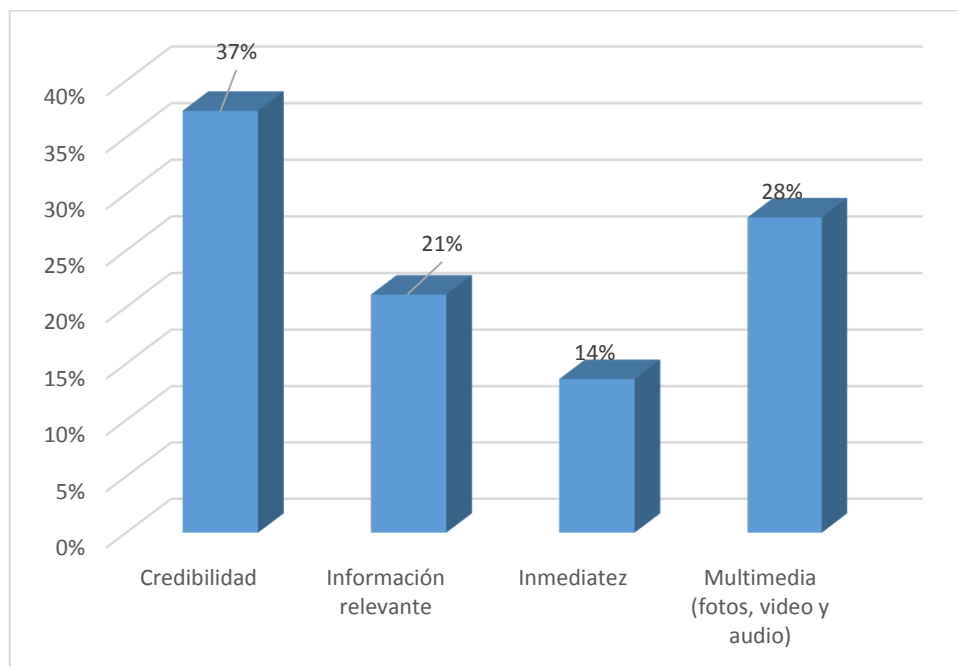
Del total de personas encuestadas el 100% determinan que no existe un espacio para comentar sobre las noticias difundidas lo que sería importante que diario el Telégrafo tome en consideración la información para conocer sobre las opiniones de quienes acceden a la plataforma.

**4. Como usuario, ¿qué es lo que considera más importante en lo que ofrece un medio de comunicación digital?**

**Tabla 11: Importancia**

Opciones	Frecuencia	%
Credibilidad	115	37%
Información relevante	65	21%
Inmediatez	42	14%
Multimedia (fotos, video y audio)	86	28%
<b>TOTAL</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Base de datos  
**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 11 Importancia**  
**Fuente:** Base de datos  
**Elaborado por:** Magaly Villacrés

**Interpretación:**

Del total de encuestas realizadas se consideró que la credibilidad de la información es lo que prevalece para quienes se informan diariamente mediante la plataforma digital, así mismo existe el 28% de personas que consideraron que las fotos, videos y audio son los más llamativos para el lector.

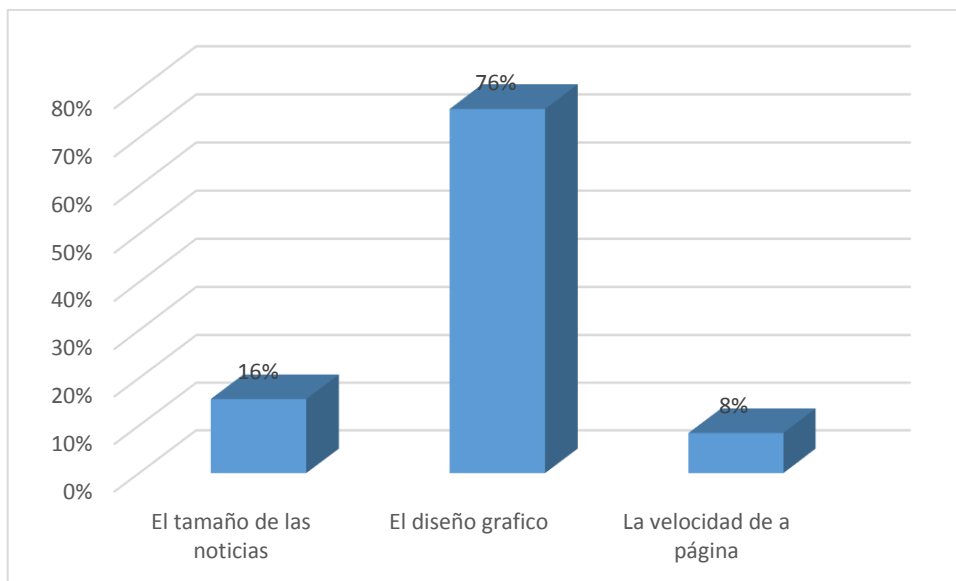
**5. ¿Escoja al menos dos opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación?**

**Tabla 12: Elementos que le agradan**

Opciones	Frecuencia	%
El tamaño de las noticias	48	16%
El diseño gráfico	234	76%
La velocidad de la página	26	8%
TOTAL	308	100%

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 12 Elementos que le agradan**

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

**Interpretación:**

Según los datos analizados sobre las opciones de las que menos les agrada del medio de comunicación, en donde el 76% manifiesta ser el diseño gráfico, así mismo existe un 16% que manifiesta que es el tamaño de las noticias.

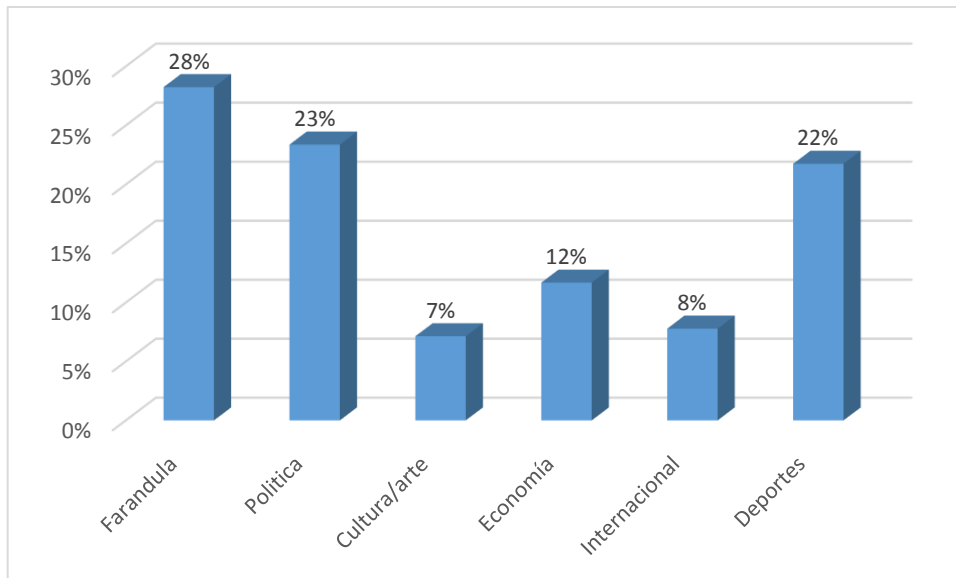
**6. ¿Qué tipo de noticia le interesaría que se publique con frecuencia por el medio digital el Telégrafo?**

**Tabla 13: Interés**

Opciones	Frecuencia	%
Farándula	87	28%
Política	72	23%
Cultura/arte	22	7%
Economía	36	12%
Internacional	24	8%
Deportes	67	22%
TOTAL	308	100%

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 13 Interés**

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

**Interpretación:**

Con respecto a la información se obtiene que entre a información de interés para las personas es la farándula con un 28%, la política y deportes con el 23% y 22% respectivamente. Según los datos es necesario tomar en cuenta la opinión de las personas quienes acceden a la plataforma digital para obtener información.

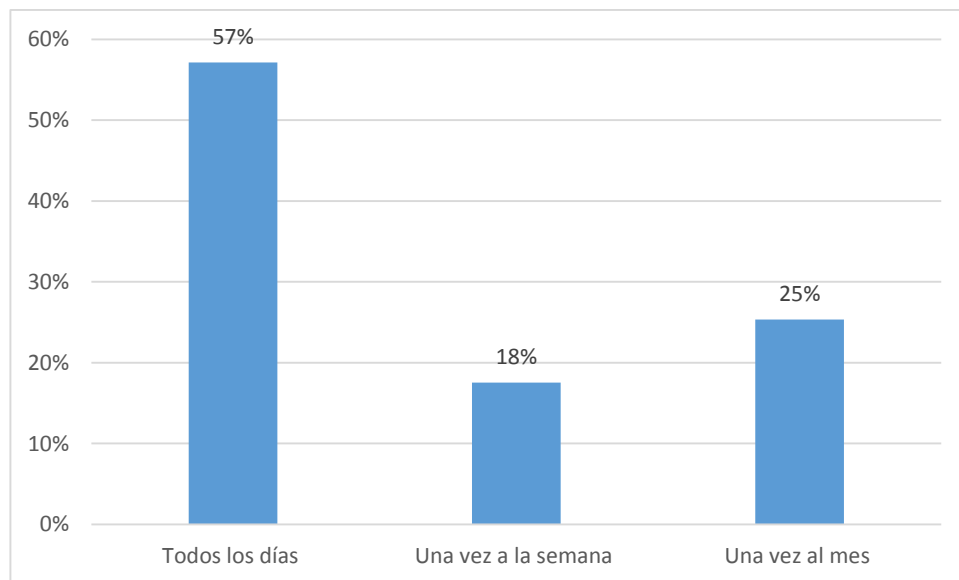
**7. ¿Con qué frecuencia le gustaría leer el tipo de información que es de tu interés?**

**Tabla 14: Frecuencia**

Opciones	Frecuencia	%
Todos los días	176	57%
Una vez a la semana	54	18%
Una vez al mes	78	25%
<b>TOTAL</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Gráfico 14 Frecuencia**

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

**Interpretación:**

Del total de encuestas realizadas el 57% respondió que le gustaría informarse sobre las noticias de su interés todos los días, mientras que 18% correspondiente a 54 personas les gustaría informarse sobre algo de su interés una vez a la semana, considerando que a información de su interés es sobre la política y los deportes.

### **4.3. Resultados de la entrevista**

**Aplicada a:** Marcos Vaca. Director de Medios Digitales. Diario El Telégrafo

#### **1. ¿Cuál es su percepción en torno al periodismo en la era digital?**

El periodismo en general está sometido a una prueba dura. La inmediatez de los ‘prosumers’ ha obligado a que los medios y los periodistas hagan una redefinición de su rol frente a sus comunidades. La era digital ha llenado de información y el consumo sea masivo, sin embargo, no toda la información tiene un perfil periodístico. La situación es que muchos medios y muchos periodistas no hemos mutado con la era digital, queremos hacer periodismo digital fundamentados en reglas de juego de medios análogos.

La inmediatez no es potestad necesariamente de los medios de comunicación, pero aún se piensa que sí. Las noticias ya no son necesariamente potestad de los medios de comunicación, aun así los medios tradicionales y los periodistas aún esperan 24 horas para publicar una noticia. Hace falta entender a la comunidad, a las audiencias; a que los lectores ingresen a las redacciones y ayuden a configurar el camino. La era de la tecnología ha ayudado a entender que el criterio editorial debe aprender a escuchar a la comunidad.

#### **2. ¿Considera Usted, que los elementos de multimedialidad, interactividad e hipertextualidad, que forman parte del ciberperiodismo, han influido en la manera de brindar información?**

Absolutamente. La tridimensionalidad del contenido digital permite que la comunidad pueda profundizar en distintos soportes. La hipertextualidad ayuda, por ejemplo, a contextualizar la información. En conjunto los tres elementos ayudan a que se rompa la linealidad y se da poder al lector.

#### **3. Diario El Telégrafo ha experimentado un cambio en su interfaz. ¿Considera Usted que el portal cuenta con los elementos suficientes para ofrecer una experiencia agradable a los usuarios?**

No.

**4. ¿Según su experiencia, dentro de los elementos del ciberperiodismo, cuáles considera los más destacados del portal digital de Diario El Telégrafo?**

El Telégrafo está en un proceso de multimediatilizar su contenido. En los últimos tres meses, por ejemplo, se ha trabajado en SEO periodístico, usabilidad y experiencia de usuario. Se utilizan métricas para ver cómo se mueve la audiencia.

**5. En el caso de la página web de noticias de Diario El Telégrafo, ¿Cree Ud., que los elementos de ciberperiodismo transforman o no el valor de la noticia?**

Sí.

**6. ¿Considera Usted, que la redacción periodística ha experimentado variación en su estilo a raíz de la incorporación de los elementos del ciberperiodismo?**

Sí, claro. Sin embargo, es un proceso que toma tiempo porque los elementos del periodismo tradicional están súper incrustados en este y en la mayoría de medios del país.

**7. ¿Considera Usted, que es importante que la página web de Diario El Telégrafo incluya dentro del mismo, secciones para incluir o recoger los aportes de los usuarios? Por ejemplo: comentarios, información generada por los usuarios (video, audio, fotografías), contacto con autor de la nota.**

Sí, el sitio se está optimizando para incluir contenido multimedia e interactivo.

**8.- ¿De qué manera se receptan las opiniones y comentarios de los usuarios y cómo las solventan?**

Vía redes sociales. Se hace seguimiento al proceso.



**9. Según su criterio, ¿A partir de la incorporación de las nuevas dinámicas de periodismo digital, la información se ha: reconfigurado, mejorado, afectado o no ha sufrido ninguna variación en su concepto?**

Se ha reconfigurado, empezando por los procesos editoriales, tiempos de publicación, mecanismos de distribución y puesta en escena.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- La presentación de los contenidos informativos de Diario El Telégrafo se encuentra establecida inicialmente por el nombre del periódico, así también se señalan las noticias de mayor importancia y realce; existen íconos de las redes sociales más utilizadas, para poder compartir la noticia o para seguir a Diario El Telégrafo a través de sus redes sociales.
- La presencia de hipervínculos es notoria en la plataforma de Diario El Telégrafo, lo que permite que el usuario tenga mayor posibilidades de acceso a la información, ya que gracias a estos enlaces se puede transportar de una página a otra, con la finalidad de que el usuario cuente con la información requerida en el tiempo y espacio solicitado y oportuno.
- Al determinar el número promedio de visualizaciones en la plataforma de Diario El Telégrafo se determinó que la fecha en la que la plataforma recibió menos visitas fue el 07 de enero con un promedio estimado de 147 lectores; mientras que el 31 de enero se constituyó como la fecha con mayor número de visualizaciones un promedio de 254.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se sugiere al personal de edición de la página principal de la plataforma de Diario El Telégrafo, que se incorporen mayores herramientas multimedia de manera que el usuario cuente con las facilidades necesarias para navegar eficazmente en la plataforma.
- Se debe realizar un seguimiento oportuno de la utilización y propagación de la información a través de las diferentes redes sociales, de manera que se obtenga mayor claridad y datos estadísticos que permitan determinar el alcance de la información digital en los usuarios.
- Es recomendable que Diario El Telégrafo cuente con una base de datos en la que se determinen los índices de consumo del producto informativo, con la finalidad de contar con información verídica y oportuna; además se podrán conocer estadísticas que permitirán tomar acciones correctivas para incrementar el índice de visitantes.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

#### 6.1. Datos informativos

**Tema:**

Diseño de estrategias de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad para la plataforma digital de Diario El Telégrafo.

**Beneficiarios:**

- Directivos de Diario El Telégrafo
- Usuarios (lectores)

**Unidad Ejecutora:**

Diario El Telégrafo. Dirección de Medios Digitales.

**Ubicación:**

San Salvador E6-49. Quito-Ecuador

**Teléfono:**

02-252 23-31

**Link:**

<https://www.eltelegrafo.com.ec/>

**Tiempo estimado de ejecución:**

De 3 a 5 meses

### **Equipo técnico responsable:**

Dirección de Medios Digitales de Diario El Telégrafo- Lcda. Magaly Villacrés.

### **Costo:**

Plan de mejoramiento del portal digital de Diario El Telégrafo **USD. 30.000**  
(aprox).

### **Herramientas a implementarse y/o mejorarse:**

- Hosting de 5GB
- 1 Dominio (.com, .net, .org)
- Correos corporativos
- Adaptativo dispositivos móviles
- Hasta 50 productos o 5 servicios de innovación
- Galería de imágenes / video
- Creación y potenciación de redes sociales
- Personalización plantilla
- Hoja de contacto
- Mapa de ubicación
- Banner animado
- SEO básico

## **6.2. Antecedentes de la propuesta**

Posterior al análisis realizado con la utilización de técnicas de investigación (observación y encuesta), se determinaron las principales falencias existentes en la plataforma digital de Diario El Telégrafo.

La carencia de elementos relacionados con multimedialidad, hipertextualidad e interactividad es evidente; cada uno de los elementos antes mencionados juegan un papel fundamental en el periodismo digital; por lo tanto es de vital

importancia que el portal digital cuente con los factores que determinen la utilización de los elementos del ciberperiodismo.

### **6.3. Justificación**

Las principales características del ciberperiodismo se encuentran enmarcadas por la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad. Inicialmente con la introducción de la tecnología los medios periodísticos copiaron sus formatos tradicionales y los insertaron a la web; con el transcurso del tiempo las herramientas tecnológicas se diversificaron y existió mayor protagonismo de las mismas en las plataformas digitales.

La utilización de fotografías, videos, audios, espacios de opinión, hipervínculos, entre otros; permitieron que los periódicos desarrollen sus formatos propios y únicos; redescubriendo la cantidad de posibilidades expresivas que la tecnología brindaba.

Según mencionan los autores Aguirre, Odriozola, & Bernal (2015) “la presencia de estas características en los contenidos ciberperiodísticos es un indicador de la adaptación del periodismo al ambiente digital y permite, además medir la calidad de la información que ofrecen los medios digitales a la audiencia.”

Debido a lo mencionado, se ha visto la necesidad de diseñar diferentes recursos que se enmarquen a los elementos de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, buscando de esta manera mejorar las características del portal digital de Diario El Telégrafo.

### **6.3.1 Objetivo General:**

- Adaptar los elementos del ciberperiodismo: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad al portal digital de Diario El Telégrafo.

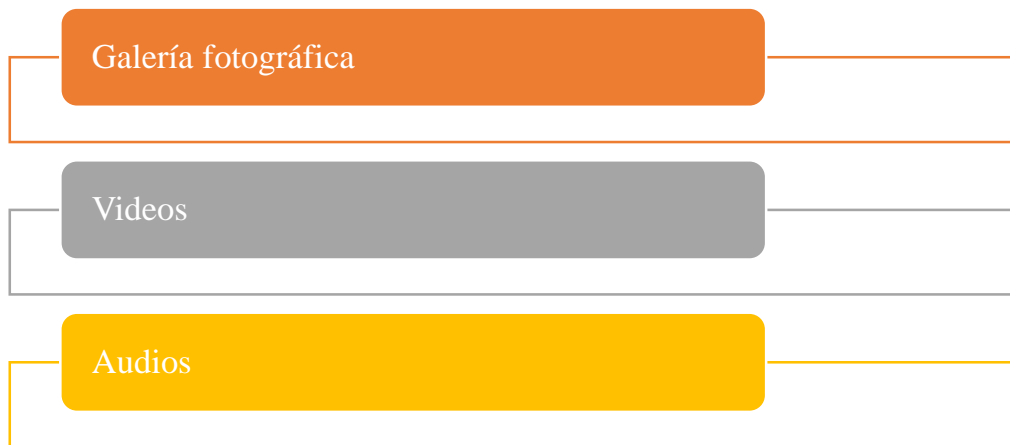
### **6.3.2 Objetivos Específicos**

- Definir los elementos del ciberperiodismo a utilizar para el mejoramiento del portal digital de Diario El Telégrafo.
- Determinar las estrategias para implementar los elementos del ciberperiodismo: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad en el portal digital de Diario El Telégrafo.
- Aplicar los elementos del ciberperiodismo en el portal digital de Diario El Telégrafo.

## **6.4. Contenido de la propuesta**

### **6.4.1. Multimedialidad**

Después de haber analizado el portal digital de Diario El Telégrafo es necesario diseñar algunas estrategias que se enfoquen al cumplimiento de la multimedialidad en el ciberperiodismo y es así que se sugiere la implementación de:



**Gráfico 15 Multimedialidad**  
**Elaborado por:** Magaly Villacrés



**Tabla 15 Galería fotográfica**

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Contenido</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Público</b>	<b>Duración</b>
<b>Diseño de una galería fotográfica por sección de noticias</b>	Diseñar una galería fotográfica utilizando imágenes que causen impacto en el usuario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir las noticias más relevantes del día.</li> <li>• Realizar una selección fotográfica</li> <li>• Distribuir las fotografías por sección de noticias y nivel de importancia.</li> <li>• Crear una galería de fotografías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de la utilización de la galería fotográfica se busca que el usuario se mantenga informado y capte la intención de la noticia únicamente mirando las imágenes expuestas.</li> <li>• Por medio de esta estrategia se puede captar incluso mayor sensibilidad de ser el caso, en los lectores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derechos de autor</li> <li>• Nutrir la marca personal</li> <li>• Libertad para definir que audios y videos utilizar</li> <li>• Interacción con el usuario</li> </ul>	Usuarios Actuales Usuarios Potenciales	Periodo 2018

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a la ciudadanía a través de la exposición de imágenes fotográficas.</li> </ul>			
--	--	--	--	--	--	--

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 16 Audio y videos**

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Contenido</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Público</b>	<b>Duración</b>
Insertar audios y videos noticiosos en el portal digital de Diario El Telégrafo	Implementar espacios de audio y video en el portal digital de Diario El Telégrafo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificar los audios y videos receptados diariamente</li> <li>• Realizar las ediciones correspondientes</li> <li>• Determinar el nivel de importancia de los audios y videos</li> <li>• Insertar en el portal web los videos y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de la implementación de audios y videos es posible generar mayor número de visitas al portal web de diario El Telégrafo.</li> <li>• Con la inserción de audio y video el usuario tiene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derechos de autor</li> <li>• Nutrir la marca personal</li> <li>• Libertad para definir que fotografías utilizar</li> <li>• Interacción con el usuario</li> </ul>	Usuarios Actuales Usuarios Potenciales	Período 2018

		<p>audios pertinentes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar constantemente la información</li> </ul>	<p>mayores alternativas de información, que no requieren de la lectura por ejemplo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al igual que con las fotografías, a través de las expresiones orales en audio o video es posible que el usuario sienta algún tipo de conexión con los involucrados en la noticia receptada.</li> </ul>			
--	--	--	--	--	--	--

**Elaborado por:** Magaly Villacrés

## 6.4.2. Hipertextualidad

En relación a la hipertextualidad se ha considerado importante la implementación de hipervínculos internos y externos que permitan a los usuarios re direccionarse de manera rápida y eficiente a una noticia de interés, es por ello que a continuación en el siguiente grafico se muestran los elementos que se relacionan con esta característica del ciberperiodismo:

Hipertextualidad			
Hipervínculos	Enlaces con noticias relacionadas	Palabras clave	Referencias de los personajes de la noticia

**Gráfico 16 Elementos Hipertextualidad**  
Elaborado por: Magaly Villacrés

A través de la utilización de hipervínculos resultará más fácil el acceso a las diferentes noticias que se encuentran publicadas en el portal digital de Diario el Telégrafo, en la siguiente tabla se muestra la finalidad de cada uno de las estrategias mencionadas:

**Tabla 17 Detalle de estrategias hipertextualidad**

Estrategia	Detalle
Hipervínculos	Enlaces internos o externos que permitirán al usuario acceder a información de manera rápida y oportuna.
Enlaces con noticias relacionadas	Permitirá que el usuario pueda

	acceder a otras noticias cuya similitud con la actual sea alta, lo que permitirá que el lector complemente la información receptada.
Palabras clave	Se constituyen por aquellas palabras que generan mayor relevancia en una nota periodística; y al igual que en el caso anterior el usuario será capaz de acceder a información similar.
Referencias de los personajes de la noticia	Dependiendo de la sección de noticias a la que se esté accediendo, es importante para el lector conocer información sobre los involucrados en la noticia.

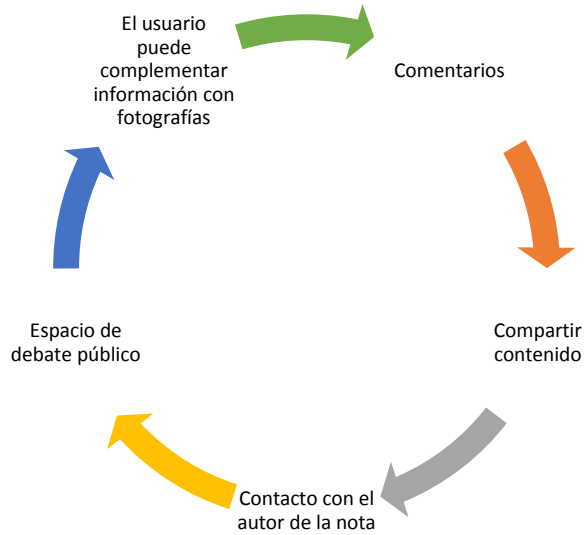
**Elaborado por:** Magaly Villacrés

En cada una de las estrategias lo que se busca es que el usuario cuente con enlaces que le permitan acceder a nueva información desde la página digital en la que se encuentra, de manera que tiene la posibilidad de informarse con hechos pasados que tuvieron cierta similitud con la nota analizada.

### **6.4.3. Interactividad**

La interactividad básicamente consiste en la posibilidad que tiene el usuario para interactuar, emitir criterios y comentarios sobre algún tema en particular; así también se pretende que el contenido publicado en el portal digital sea

compartido en diferentes fuentes externas, a continuación se presentan los elementos que se han considerado importantes:



**Gráfico 17 Elementos Interactividad**

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 18 Comentarios**

<b>Estrategia</b>	Insertar espacios en donde el usuario tenga la posibilidad de emitir criterios
<b>Objetivo</b>	Crear espacios para que el usuario exprese sus puntos de vista y opiniones.
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un espacio para comentarios.</li> <li>• Definir qué tipo de información se requiere para proceder a la emisión de comentarios.</li> <li>• Determinar lineamientos para la</li> </ul>

	<p>correcta publicación de comentarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar constantemente la información.</li> </ul>
<p><b>Descripción</b></p>	<p>Los comentarios de los usuarios resultan una herramienta útil para los editores y diseñadores de contenido del portal digital de Diario El Telégrafo; a través de la información emitida por los lectores se establecen parámetros que incluyen modificaciones en la página por ejemplo; los criterios se direccionarán hacia diferentes escenarios por lo cual es importante clasificarlos para tener mayor claridad sobre los mismos.</p> <p>La existencia de un espacio destinado a los comentarios, permitirá que el portal digital fomente la libertad de expresión; ya que los usuarios emitirán sus críticas en relación a un tema establecido; cabe recalcar que existirán criterios positivos y</p>

	negativos; por lo tanto es importante que la persona encargada de las publicaciones considere la creación de políticas que permitan eliminar aquellos comentarios que pueden llegar a causar daños o controversias con terceros.
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con el usuario</li> </ul>
<b>Público</b>	<p>Usuarios Actuales</p> <p>Usuarios Potenciales</p>
<b>Duración</b>	Período 2018

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 19 Contenidos**

<b>Estrategia</b>	Compartir contenidos del portal digital de Diario El Telégrafo
<b>Objetivo</b>	Utilizar las redes sociales para incrementar el número de visitas al portal digital de Diario El Telégrafo.
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las redes sociales más utilizadas por los usuarios.</li> <li>• Determinar redes sociales que utilizará Diario el Telégrafo.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinador palabras claves en el buscador.</li> <li>• Diseñar los hipervínculos necesarios para compartir información.</li> <li>• Evaluar el número de veces que se han compartido las noticias.</li> </ul>
<p><b>Descripción</b></p>	<p>En la actualidad las redes sociales se han convertido en una herramienta muy importante en el ciberperiodismo; creándose un fuerte vínculo con los portales digitales de diferentes periódicos. El hecho de que existan miles de usuario que utilizan Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, dentro de las principales; hace que sea más fácil compartir contenido con más usuarios, y a la facilidad de un clic encontrar toda la información necesitada.</p>
<p><b>Ventajas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con el usuario</li> <li>• Fácil acceso</li> </ul>

<b>Público</b>	Usuarios Actuales Usuarios Potenciales
<b>Duración</b>	Período 2018

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 20 Contacto**

<b>Estrategia</b>	Contacto con el autor de la noticia
<b>Objetivo</b>	Crear una base de datos en la que se especifique la información y contactos de los autores de las diferentes publicaciones realizados en el portal de Diario El Telégrafo.
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el tipo de información que constará en la base de datos.</li> <li>• Determinar el tipo de información requerida para acceder a la base de datos.</li> <li>• Crear la base de datos</li> <li>• Actualizar la base de datos constantemente.</li> </ul>
<b>Descripción</b>	Es importante que el lector conozca información profesional de la persona encargada de la redacción de la

	<p>noticia; a través de ello se puede mantener una interacción entre el redactor y el lector; que de alguna manera puede ser beneficiosa para el portal digital, debido a que a través de dicha comunicación se establecerán diferentes criterios y opiniones que pueden llegar a construir un argumento aún más fortalecido sobre una temática específica.</p>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con el usuario</li> <li>• Argumentos solidos</li> <li>• Fomento a la libertad de expresión</li> </ul>
<b>Público</b>	<p>Usuarios Actuales</p> <p>Usuarios Potenciales</p>
<b>Duración</b>	<p>Período 2018</p>

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 21 Debate**

<b>Estrategia</b>	<p>Crear espacios de debates públicos</p>
<b>Objetivo</b>	<p>Fomentar en los usuarios la libertad de expresión a través del uso de debates.</p>

<p><b>Actividades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar el espacio de debates públicos.</li> <li>• Determina los requisitos que deben cumplir los usuarios para acceder al debate.</li> <li>• Definir tiempos para los debates</li> <li>• Actualizar temas a debatir</li> <li>• Seleccionar un moderador, quien será el encargado de mediar el debate para que no exista ningún tipo de enfrentamientos o comentarios fuera de lugar.</li> <li>• Compartir los espacios de debates en redes sociales u otras páginas.</li> </ul>
<p><b>Contenido</b></p>	<p>A través del fomento del debate, se prevé que los usuarios interactuarán entre sí, los criterios varían de persona a persona según la temática tratada, por medio de un debate será posible conocer los diferentes puntos de vista y comentarios que emergen ante una situación específica.</p>

	Al conocer este tipo de información los lectores pueden argumentar y/o fortalecer sus manifestaciones.
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con el usuario</li> <li>• Libertad de expresión</li> </ul>
<b>Público</b>	Usuarios Actuales Usuarios Potenciales
<b>Duración</b>	Período 2018

Elaborado por: Magaly Villacrés

**Tabla 22 Complemento de información**

<b>Estrategia</b>	El usuario puede complementar la información a través de la multimedialidad.
<b>Objetivo</b>	Incentivar en el usuario el sentido de pertenencia del portal digital a través de la incorporación de información compartida por el mismo.
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un espacio en donde el usuario pueda compartir archivos multimedia (fotos, videos, audios) que complementen con la información existente</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificar el material receptado</li> <li>• Destinar un espacio en donde se publique los archivos recibidos.</li> </ul>
<b>Contenido</b>	<p>Con la generación de este espacio, los usuarios se encontrarán más motivados con el portal de Diario El Telégrafo; ya que constituye un avance importante en el cual el usuario es el protagonista, generando un sentido de pertenencia el cual resulta beneficioso para Diario El Telégrafo.</p> <p>El interactuar con los usuarios permitirá fomentar la libertad de expresión, a más de generar un cierto nivel de interés por conocer los criterios de los lectores.</p>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con el usuario</li> <li>• Complemento de información</li> </ul>
<b>Público</b>	<p>Usuarios Actuales</p> <p>Usuarios Potenciales</p>
<b>Duración</b>	Período 2018

Elaborado por: Magaly Villacrés

## BIBLIOGRAFÍA

- AMETIC. (2012). *Informe 2012 de la industria de contenidos digitales* . Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Aguirre, Odriozola, & Bernal (2015). *La investigación del ciberperiodismo en Ecuador: estado de la cuestión y perspectivas a futuro*. Razón y Palabra.  
<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/5>
- Aparici, R., & Silva, M. (2012). Pedagogía de la interactividad . *Comunicar* , 43-54.
- Bachmann, I. (2012). *Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta*. Estados Unidos: Harkiw Summer.
- Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). *Periodismo de red: competencias convergentes de profesionales de los medios y profesionalismo en el periodismo australiano*. Amsterdam: Universidad de Amsterdam The Netherlands, Indiana Universidad USA.
- Barredo, D., & Díaz, E. (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.
- Canavilhas, J. (2007). *Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Obtenido de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/canavilhas-webnoticia-final.pdf>
- Cerviño, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*. Obtenido de [https://documentop.com/el-uso-de-las-redes-sociales-como-fuentes-de-informacion-recercat\\_59f362541723dd954f3e8f08.html](https://documentop.com/el-uso-de-las-redes-sociales-como-fuentes-de-informacion-recercat_59f362541723dd954f3e8f08.html)

- Díaz, J. (2004). Los géneros ciberperiodísticos; una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y tipología. *II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela.*
- Díaz, J. (2007). *Ciberperiodismo, investigación y docencia: una oportunidad única.* Bilbao : Universidad del país Vasco.
- Duart, J. (2009). Redes sociales y educación RUSC. *Universities and knowledge Society Journal.*
- Fondevila, J., & Segura, H. (2012). La hipertextualidad en el periodismo digital en Colombia . *Anuario académico sobre documentación digital y comunicación interactiva*, 23-33.
- Foray, D. (2002). Sociedad del conocimiento. *Revista Internacional de Ciencias Sociales.* . Obtenido de: <http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SHS/pdf/171-fulltext171spa.pdf>
- Guallar, J., Rovira, C., & Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 620-629.
- Guerrero & Guerrero (2014). *Apuntes de metodología de la investigación.* México.
- Grajales, T. (2010). *Tipos de Investigación.* Universidad de Montemorelos. México.
- Hamada, J. (2013). Estudios sobre periodismo digital: ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias. *Aposta, Revista de Ciencias Sociales.*
- Jimenez, D. (2015). *El mundo no es periódico.* Diario El Mundo.



- Jenkisn, H. (2006). *Convergencia Cultural*. Massachusetts: Instituto de Tecnología de Massachusetts.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital* . *Signo y pensamiento* .
- Machado, E. (2000). *La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Machado, E. (2003). *La memoria como criterio de la valoración de calidad del ciberperiodismo: algunas consideraciones*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Márquez, I. (2008). Reseña de "Cibercultura. La cultura de la sociedad digital". *Cuadernos de información y comunicación*, 266-267.
- Masip, P., Micó, J., & Meso, K. (2012). *Periodismo multimedia en España. Análisis de los contenidos multimedia en la prensa digital*. Obtenido de [http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions\\_cd/ok/100.pdf](http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/100.pdf)
- Moreno, I., & Tortosa, V. (2008). *Escritura Hipermedia y Lectoautores*. Alicante: Universidad de Alicante .
- Moya, M., & Vázquez, J. (2010). De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de crecimiento y en las nuevas formas de sociabilidad . *Cuadernos de antropología social* , 75-96.
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento . *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 1-30.

- Pita, F. & Pertegas Díaz, S. (2002). *Investigación cualitativa y cuantitativa*. Universidad de A. Coruña, España.
- Robert & Lisdero (2016). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Universidad Surcolombiana.
- Salavarría, R. (2003). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Navarra : Universidad de Navarra.
- Salavarría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Navarra : Universidad de Navarra.
- Salinas, P. (2010) *Métodos de Investigación Social*. CIESPAL.  
<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55362.pdf>
- Santella, L. (2004). *Navegar en el ciberespacio: perfil cognitivo del lector inmersivo* .  
Obtenido de  
[http://www.insite.pro.br/2010/dezembro/leitor\\_imersivo\\_santaella.pdf](http://www.insite.pro.br/2010/dezembro/leitor_imersivo_santaella.pdf)
- Shirky C. (2011). *The Political Power of Social Media: Technology , the public sphere and political*.
- Tejedor, S. (2009). *La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Madrid.
- Thompson J.B. (1998). *Los medios y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires.
- Vivar, H., & Vainader, R. (2011). *El impulso de la industria de los contenidos digitales. Cuadernos de información y comunicación* , 115-124.

**ANEXOS**  
**ENCUESTA**

**Aplicada a los suscriptores de Diario El Telégrafo**

**Objetivo:** Conocer la opinión de la ciudadanía sobre aspectos relacionados con los elementos del periodismo digital, de la plataforma de Diario El Telégrafo

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada pregunta y señale con una X en la opción correspondiente
- La información recolectada es anónima
- La información recolecta será utilizada con fines de estudio

**Cuestionario**

**1. ¿Qué es lo que más le gusta del medio de prensa digital El Telégrafo?**

El tipo de noticias que ofrece	
El formato de noticias	
La inmediatez con la que ofrece la información	

**2. ¿Cuál es la plataforma que usted más utiliza para navegar en el medio digital El Telégrafo?**

Redes sociales	
Página web	
App (aplicaciones)	

**3. ¿Cuenta la prensa digital El Telégrafo con espacios para comentar sobre las noticias?**

Si	
No	

**4. Como usuario, ¿qué es lo que considera más importante en lo que ofrece un medio de comunicación digital?**

Credibilidad	
Información relevante	
Inmediatez	
Multimedia (fotos, videos y audio)	

**5. ¿Escoja al menos dos opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación?**

El tamaño de las noticias	
El diseño gráfico	
La velocidad de la página	

**6. ¿Qué tipo de noticia le interesaría que se publique con frecuencia por el medio digital el Telégrafo?**

Farándula	
Política	
Cultura/arte	
Economía	
Internacional	
Deportes	

**7. ¿Con qué frecuencia le gustaría leer el tipo de información que es de tu interés?**

Todos los días	
Una vez a la semana	
Una vez al mes	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Guía de entrevista

**Dirigida:** Director de Medios Digitales. Diario El Telégrafo

**Objetivo:** Analizar el grado de desarrollo del ciberperiodismo y los elementos de comunicación digital en la plataforma digital de Diario El Telégrafo, durante el mes de enero del 2018.

**1. ¿Cuál es su percepción en torno al periodismo en la era digital?**

---

---

---

**2. ¿Considera Usted, que los elementos de multimedialidad, interactividad e hipertextualidad, que forman parte del ciberperiodismo, han influido en la manera de brindar información?**

---

---

---

**3. Diario El Telégrafo ha experimentado un cambio en su interfaz. ¿Considera Usted que el portal cuenta con los elementos suficientes para ofrecer una experiencia agradable a los usuarios?**

---

---

---

**4. ¿Según su experiencia, dentro de los elementos del ciberperiodismo, cuáles considera los más destacados del portal digital de Diario El Telégrafo?**

---

---

---

**5. En el caso de la página web de noticias de Diario El Telégrafo, ¿Cree Ud., que los elementos de ciberperiodismo transforman o no el valor de la noticia?**

---

---

---

**6. ¿Considera Usted, que la redacción periodística ha experimentado variación en su estilo a raíz de la incorporación de los elementos del ciberperiodismo?**

---

---

---

**7. ¿Considera Usted, que es importante que la página web de Diario El Telégrafo incluya dentro del mismo, secciones para incluir o recoger los aportes de los usuario? Por ejemplo: comentarios, información generada por los usuarios (video, audio, fotografías), contacto con autor de la nota.**

---

---

---

**8.- ¿De qué manera se receptan las opiniones y comentarios de los usuarios y cómo las solventan?**

---

---

---

**9. Según su criterio, ¿A partir de la incorporación de las nuevas dinámicas de periodismo digital, la información se ha: reconfigurado, mejorado, afectado o no ha sufrido ninguna variación en su concepto?**

---

---

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**