

CAPÍTULO I

1. CONTEXTO NACIONAL, REGIONAL, LOCAL Y/O INSTITUCIONAL

1.1 MARCO TEÓRICO INSTITUCIONAL

Santa Rita de Babahoyo es la capital de la provincia de, Ecuador. Fue fundada el 27 de mayo de 1869 por decreto legislativo. Es una de las ciudades más importantes del Ecuador y el puerto fluvial más importante del país por eso es considerado la Capital Fluvial del Ecuador. Es la Capital Provincial más cerca al Puerto Principal Guayaquil.

La ciudad está situada en la margen izquierda del río San Pablo, que al unirse en su desembocadura con el río Catarama forman el río Babahoyo. Una de las más interesantes excursiones en la zona es el descenso en bote por el río Babahoyo. Babahoyo se encuentra en el Litoral y es paso obligado para ir hacia la Sierra por las carreteras Babahoyo - Quito (Vía Panamericana), Babahoyo - Ambato (Vía Flores) y también por la Babahoyo - Riobamba. Babahoyo se encuentra al Sur de la Provincia de Los Ríos las vías que la unen con las demás ciudades y pueblos de la costa son la Babahoyo - Baba, la Babahoyo - Guayaquil y la Babahoyo - Milagro - Machala.

Su situación geográfica es una de las más privilegiadas por Babahoyo pasan cada día más de 25000 carros (entre buses, tráiler y autos). Es un punto comercial entre la Costa y la Sierra. Dentro de la red vial urbana, la ciudad cuenta con dos puentes peatonales que permiten la comunicación con Barreiro y El Salto. Existen cuatro puentes vehiculares: los dos primeros que cruzan los ríos Catarama y San pablo al norte de la ciudad (carretera Babahoyo - Quito); el tercero que cruza el estero Lagarto al Sur de la urbe (carretera Babahoyo - Guayaquil); y el cuarto que está ubicado en el sector La Ventura (carretera Babahoyo - Ambato).

HISTORIA

La ciudad de Babahoyo, fundada el 27 de mayo de 1861, en los terrenos cedidos por la familia Flores, frente a la confluencia de los ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del río San Pablo. Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la Sierra ecuatoriana. Azotada por muchos incendios, el de mayor magnitud ocurrió el 30 de marzo de 1867, que arrasó con todos los bienes de la población, motivos suficientes para que el gobierno del Dr. Gabriel García Moreno, resolviera el traslado al lugar que ocupa actualmente.

La capital fluminense se llenó de gloria al otro lado del río San Pablo, donde hoy se encuentra asentada la Parroquia Urbana Barreiro, pudiendo afirmarse que el

Babahoyo de antaño es el Barreiro de hoy. Babahoyo, la tradicional e histórica Bodegas de la época Floreana, pertenece a los pueblos francamente progresistas, ostensiblemente fuertes en su actual imperativo de colectividades que producen, crean e incrementan riqueza. Es el prototipo de la actividad y apogeo de los distintos órdenes de la vida nacional, y lo seguirá siendo siempre, porque tiene fuentes propias; haber sido y ser la vértebra vital de las dos regiones: Costa y Sierra; por ser el punto de influencia arterial entre una y otra, en donde se vinculan íntimamente los esfuerzos de muchos pueblos emprendedores; porque aquí se funden las aspiraciones de agricultores y comerciantes.

Tiene una población de 180.000 habitantes su centro es uno de los más vastos de la región y se encuentra entre las 10 ciudades más grandes del País y una de las más largas. Gran parte de su población se encuentra en el casco urbano y las periferias de la ciudad que se encuentran alrededor del By Pass (Vía E25 carretera Babahoyo - Quito) que pasa por toda la ciudad de sur a noroeste. El centro de la ciudad comprende desde el Malecón 9 de octubre, las calles Juan x Marcos, Isaías Chopitea hasta la calle Primero de mayo.

En el sector se concentran las actividades comerciales y se desarrollan las acciones administrativas públicas. Cuenta con todos los servicios de infraestructura y la mayor parte del equipamiento comunitario de la ciudad; las edificaciones del sector están construidas con materiales perdurables. Las calzadas de las calles se encuentran en buen estado, todos con pavimento rígido y algunas sobrepuestas con una capa de pavimento flexible.

La población en su gran mayoría se dedica al cultivo, principalmente de arroz y banano. Diferentes industrias tienen sede en esta ciudad como Industrias Facundo ubicada a las afueras de la ciudad, así como el Ingenio Isabel María el 4 ingenio más grande del país, y diferentes pilladoras; gran parte de la ciudad tiene un gran movimiento económico sobre todo su centro que es el polo económico más grande de la Provincia. En Babahoyo existen diferentes entidades bancarias y cooperativas de ahorro haciéndola una ciudad con todos los servicios si de economía se habla.

SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN

Según modernos atlas geográficos, el cantón Babahoyo se encuentra ubicado a 1°46' de latitud sur y 97°27' de latitud oeste.

LIMITES:

AL NORTE: El Cantón Catarama

AL SUR: La Provincia del Guayas y el río Chilintomo

AL ESTE: El Cantón Montalvo y la Provincia de Bolívar

AL OESTE: El Cantón Baba, el Río Pueblo Viejo, el Estero San Antonio y el Río Babahoyo

EXTENSIÓNTOTAL 1076.1 Km/2

POBLACIÓN:

Actualmente la población asentada en el área, de acuerdo a los resultados provisionales del último censo es de:

POBLACIÓN URBANA: 76.869 HAB

POBLACIÓN RURAL: 55.955 HAB

POBLACIÓN TOTAL: 132.824 HAB

PARROQUIAS URBANAS Y RURALES:

La actual ciudad de Babahoyo está constituida por las siguientes parroquias Urbanas: Clemente Baquerizo, Camilo Ponce Enríquez, Barreiro y el Salto.

Parroquias Rurales: Pimocha, Caracol, Febres Cordero y La Unión

1.2 SITUACION PROBLEMÁTICA

Precisamente por la naturaleza de los contenido que se expresa podemos encontrar en la red lo necesario que se pueda publicar, ser profesionales a este nivel; la calidad, responsabilidad, es uno de los tantos factores por la cual

muchos periodistas tradicionales no lo pueden, que sin duda alguna no se desarrollan en lo ético de este inmenso océano online, es valorable seguir diferentes pautas de lenguajes periodísticos pero sin alejarse del lenguaje académico, las expresiones que en cada momento debemos sustentar en una información es lo verídico de la realidad, por tanto lo real sería que cada periodista babahoyense se asemeje a la realidad en un campo avanzado que refleje su identidad como periodista moderno.

Las nuevas tecnologías de la comunicación forman parte del periodismo, los medios de comunicación privados de Babahoyo hacen su mejor esfuerzo al proporcionar el acceso, pero se requiere de personas especializadas para el aprovechamiento de las mismas. Debido a las nuevas tecnologías de la comunicación y cómo éstas afectan la forma en que se hace periodismo en la plataforma de Internet, es necesario que los profesionales del periodismo y la comunicación sobre la importancia de los nuevos dispositivos móviles, las tecnologías de comunicación, tenga para la profesión periodística y sus tendencias actuales.

Internet como el principal relacionado del periodismo digital se ha convertido en una plataforma de comunicación masiva terminando con las fronteras y expandiéndose cada vez más. Los medios de comunicación tradicionales por consecuencia, también han ido evolucionando hacia el uso de nuevas tecnologías que se integran en un denominado medio multimedia es aquí donde el

profesional de la comunicación necesita informarse y acercarse a las nuevas tecnologías para conocer las predisposiciones actuales.

Lo variable de esto es consecuente a la falta de control de cada periodista, formándose en concepto tradicionales y no reflexionar a los cambios surgidos que se presentan a futuro, para que esto a tal punto sirva el periodismo digital a que influya la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo, dado estos conocimientos basados a la realidad para la comunidad babahoyense que ven, escuchan y leen las informaciones, la mayor parte del periodismo convencional.

Por esta razón se trata de ofrecerles conocimientos eficazmente a través de este proyecto, lo que nos lleva a un punto muy diferente con características principales del comunicador digital, considerablemente sobre todo se logre su objetivo principal, comunicar digitalmente con las bases tecnológicas que existen en la actualidad

1.3 SITUACION CIENTIFICA

En la Constitución de todos los países democráticos se reconoce y protege el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. Los medios de comunicación tradicionales son la televisión, la radio, la prensa y

ahora el internet, se los conoce como medios de comunicación de masas porque transmiten los mismos mensajes a millones de personas a la vez.

El periodista es el personaje más influyente, por tanto un medio de comunicación es la forma representativa a la sociedad en la que vivimos proporcionando una cultura y mecanismos diferentes donde los informados adquieran un consumo competente con inmediatez las informaciones. Las grandes redes de comunicación a través de la www, alcanzan cadenas de informantes privadas o estatales: la información es poder.

Por ello, deben aprender a analizar los contenidos según sus artículos, el primero sería simplemente trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet. El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional.

1.4 PROBLEMA GENERAL

1.4.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo el periodismo digital influye en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo en el proceso tecnológico actual?

1.5 PROBLEMAS DERIVADOS

- Pocos profesionales con insuficiente conocimiento en “periodismo digital”
- Periodistas tradicionales, irrespetando a la tecnología de hoy.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el periodismo digital y su influencia en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos periodo lectivo 2011 – 2012

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el conocimiento que tienen actualmente los periodistas sobre el periodismo digital
- Aportar información acerca de las características tecnológicas y las ventajas que ofrece el periodismo digital a los medios de comunicación

1.7 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÒTESIS

1.7.1. HIPOTESIS GENERAL

Demostrando el periodismo digital con las tecnologías existentes en la ciudad de Babahoyo, programando seminarios o talleres de periodismo digital proyectados a los periodistas de diferentes medios de comunicación de la capital fluminense, para transmitir la potencialidad de cada periodista tomando en cuenta la técnica y la tecnología actual de los periodistas Babahoyense en el cual sigan deliberando el periodismo digital.

1.7.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS

- Estableciendo el conocimiento que tienen actualmente los periodistas se logra a conocer sobre el periodismo digital

- Aportando información acerca de las características tecnológicas y las ventajas que promete el periodismo digital a los medios de comunicación

1.8 IDENTIFICACION DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Influencia del periodismo digital con las nuevas tecnologías

VARIABLE DEPENDIENTE

Aptitud en la formación de los periodistas de la ciudad de Babahoyo.

1.9 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

La elaboración del presente trabajo de investigación se mostrara como se determina el proyecto, ¿Como el periodismo digital influye en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo en el proceso tecnológico actual?

Campo: Social

Área: Periodística

Aspecto: Digital

Contenido: el periodismo digital y su influencia en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo, Provincia de los Ríos periodo lectivo 2011 – 2012”

Problema: ¿Como el periodismo digital influye en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo en el proceso tecnológico actual?

Delimitación Espacial: Proyecto sin duda alguna que se llevara a cabo en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos

Delimitación Temporal: La investigación de este proyecto será estudiado en el periodo de Enero a Mayo del 2012.

Delimitación Demográfica: el estudio del presente proyecto se llevara a cabo con periodistas de la ciudad de Babahoyo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Los medios de comunicación tradicionales como la radio, prensa y televisión están sufriendo cambios muy fuertes en la denominada era de la información. ¿Como el periodismo digital influye en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo en el proceso tecnológico actual? Es un problema que se discute con gran interés en la actualidad.

Como estudiante de Comunicación Social "ECSO". Considero que los medios masivos de comunicación juegan un papel muy importante en la opinión pública y por lo tanto el periodismo tradicional está sufriendo cambios, que no todos los periodistas, están dispuestos a enfrentar.

El periodismo digital, es un tema complejo, con múltiples definiciones, pero nos enfocaremos en este proyecto a tratar de encontrar un esclarecimiento que nos explique la formación e influencia de este medio de comunicación.

Es decir que se puede apuntar a Internet como una herramienta que incorpora todos los medios de comunicación tradicionales, esto en algún momento se dijo del cine debido a que incorporaba la fotografía, la plástica y se valía de las bellas artes, formando un medio expresivo, completo y hermoso.

Recordemos que la radio necesitó 38 años antes de alcanzar los 50 millones de oyentes, en tanto que la televisión precisó de 13 años para alcanzar la misma cifra. Internet, en apenas cuatro años (desde 1991 hasta 1995), alcanzó más de 50 millones de usuarios en todo el mundo.

El periodismo digital no es una tendencia nueva, desde 1993 un gran número editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses, publicaron información en la plataforma de Internet y en otras redes digitales (Compuserve, America Online, CompulinkInformation Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general.

El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital. Luego, aparecieron en línea versiones de Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times y más. En 1994, ya era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea.

Las versiones digitales ofrecían el mismo contenido que su versión impresa, sin mayores modificaciones para la versión en línea. En sus inicios los medios aún no habían encontrado el potencial de la plataforma que ofrecía el Internet, afortunadamente esto ha cambiado. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias.

En el Ecuador y especialmente en la ciudad de Babahoyo la definición de periodismo digital, como su nombre mismo lo indica es una herramienta de medio de comunicación de soporte, ya sea para profesionales de la información y personas que tengan a la mano la tecnología del medio digital, la idea es que con la ventaja de la información en las redes, los principales medios de comunicación, nacionales, provinciales y locales, van hacer parte del periódico, televisión y radio online.

El periodista profesional, dentro o fuera de los medios no debe olvidar que cuenta con el recurso de la web, paradójicamente para muchos el enemigo y amigo al mismo tiempo, el cual proporciona un campo fértil para reformular desde la propia inquietud el nuevo lugar que la corriente comunicativa está llevando a determinar en el medio, la hibridez informativa que cada vez más se apuntala como el camino a seguir, camino sinuosos, donde la nueva y la vieja manera de informar convergen junto a la competencia que emerge desde las redes sociales, sin embargo siempre el conocimiento de una buena tecnología que hoy se ofrece sin duda alguna, es imprescindible olvidar y en cada momento actualizarse, donde será posible obtener trabajo alguno en esta sociedad actual y futurista, por ello la reestructuración de este nuevo escenario, no tiene el deber de arriesgarse en caer en la falta de calidad informativa.

El periodismo digital ha creado su propio estilo, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la comunicación que nos proporcionan los servicios en internet, ¿se puede imaginar un futuro diferente para los medios comunicación en

Babahoyo?, una plataforma más económica, con profesionales capacitados para adaptarse al cambio y nuevas formas de comunicarnos que concurren en una misma plataforma: el internet y sus posibilidades multimedia.

Como todos sabemos perfectamente, hoy en día el internet se ha convertido en la nueva forma de la comunicación social. Por ello consideramos que el periodista profesional debe acercarse a los conocimientos básicos que les permitan aprovechar al máximo todas las potencialidades que ofrece la red y estar en capacidad de publicar contenidos de manera adecuada a los lenguajes que se utilizan en el internet, teniendo en cuenta la características particulares de este nuevo medio de comunicación.

De hecho este proyecto, es una formulación de cómo situación actual, pretende ser una guía de reflexión sobre el “periodismo digital” que les permitirán acercarse a los conceptos fundamentales de este nuevo campo de la comunicación que, a pesar de los grandes avances que ha experimentado desde su aparición. Aun está dando sus primeros pasos.

En este sentido, el mundo actual está exigiendo a los periodistas profesionales asumir cambios profundos en la forma que elaboran sus productos informativos, donde cada vez sea necesario que el comunicador en general y particular disponga de herramientas en una era que es claramente digital.

En efecto, este cambio surgido por el mismo tiempo y el estudio conseguido de la comunicación social que ha comenzado a reflexionar centrándose

particularmente en el periodismo digital cuyo estudio como es natural apenas está naciendo, pero hasta ahora se está convirtiendo en algo muy necesario por la implantación masiva de la sociedad en la red y sus aplicaciones, donde van cambiado, cambian y cambiarán muchos aspectos de nuestras vidas cotidianas en un plazo comparativamente corto.

2.2 FUNDAMENTACION TEÓRICA

PERIODISMO DIGITAL

Consecuentemente a inicios del siglo XX surge una nueva forma de hacer periodismo, con características que responden a la inmediatez, la omnipresencia, el acceso global a la información y nuevas características multimedia denominado periodismo digital.

Como es apenas lógico, comenzaremos tratando de definir qué es el periodismo digital y qué lo diferencia del periodismo convencional.

Una diferencia importante que resulta apenas lógica y evidente es que el periodismo digital saca provecho de todas las potencialidades de Internet, el único medio de comunicación que reúne las características de los medios tradicionales en uno solo.

Por esta razón la forma de comunicarnos e informarnos ha cambiado con la llegada del internet como plataforma que ofrece una diversidad de servicios, información al instante y comunicación en tiempo real; un medio que termina con las barreras geográficas y que permite comunicarnos constantemente. La Web, es un medio que por sus características evolutivas provoca cuestionamientos sobre el futuro de la profesión periodística y los cambios en los medios tradicionales

Los servicios son variados y cada día tenemos mayor capacidad de comunicarnos de maneras múltiples, la comunicación al igual que la información ha sufrido cambios en su estructura tradicional con la llegada del internet.

El concepto propiamente dicho, es que la virtud del periodismo digital es la capacidad de inmediatez y actualidad que esta posee. En un periódico tradicional se tiene que emitir el célebre Extra para dar a conocer un acontecimiento de gran importancia que sucede en cualquier momento y que para ser publicado tiene que esperar al día siguiente. En cambio, los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte, probado que el periodista digital cuente con un ordenador y una conexión a una red de Internet en cualquier parte del planeta.

Muchos comunicadores cumplirán diferentes tipos de perfiles en la nueva era digital, que está representada en el amplio aspecto de uso de aplicativos en el planeta donde laWorld Wide Web. Ha Considerando algunos como protectores

urbanos que dirigen el medio, marcando las rutas de distribución de información; unos serán cartógrafos, los encargados de levantar los planos de navegación entre los elementos interactivos de la red, mientras que en un nivel más alto nacerán los infonomistas.

DEFINICIONES CLAVES DEL PERIODISMO DIGITAL

PERIODISMO: Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información

DIGITAL: Puede designar: a cualquier cosa relativa a los dedos; a cualquier sistema digital, dispositivos destinados a la generación

INMEDIATEZ: Lo contiguo, cercano, rápido, instantáneo, súbito, automático, urgente, cercanía, rapidez, instante, automatismo, urgencia.

OMNIPRESENCIA: o capacidad de estar presente en todas partes simultáneamente, es una cualidad que generalmente se atribuye a las deidades.

MULTIMEDIA: se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información

ON LINE: se dice que algo está en línea, on-line u online si está conectado a una red o sistema mayor

FUTURO: es la porción de la línea temporal que todavía no ha sucedido; en otras palabras, es una conjetura que bien puede ser anticipada, predicha, especulada, postulada, teorizada o calculada a partir de datos en un instante de tiempo concreto

El desafío para cada periodista común o tradicional, podrá ser más inmediato para el público exigente de hoy, así establecer la omnipresencia convirtiendo al futuro en un paradigma del multimedia en algo concreto de informaciones, entonces ¿hay algo totalmente de periodismo Online? O mejor aún. ¿Es global el periodismo digital? Si es así ¿Qué es el periodismo Online?

PERIODISMO ONLINE

Las informaciones que se generan a través del periodismo; digital, electrónico, telemático, en red, online, incluso en línea. Todas ellas se utilizan indistintamente y han acabado por ser sinónimo de periodismo en "internet, online o digital". Son claves para su expansión, además como factores estructurales de acceso de la población a Internet, en una presentación original y atractiva, combinada con la participación de los lectores y con la inmediatez y calidad de las informaciones.

Si estos términos tecnológicos forman parte de un cambio radical no solo para periodistas, sino para una sociedad entera, donde servirá para modificar

contenidos expresivos el cual es evidente y novedoso, funciona como una plataforma expandible en informaciones.

El fin de los periodistas digitales es: **el internet**

INTERNET: Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

A medida que se va desarrollando el nivel de vida de la sociedad muchos mecanismos van junto al desarrollo versátil del periodista.

El periodismo digital para algunos comunicadores piensan que , la sociedad digital va acabar con sus características periodísticas, estas normativas que se está empleando en este proyecto va a capturar algunas de sus inquietudes, lo favorable de cada una de ellos, no importa lo mucho que cambie el mundo para la profesión del periodismo muchas cosas estructurales no deben cambiar; como el corroborar la información que se publica, la investigación, la ética profesional, la formulación de preguntas difíciles y la búsqueda de la verdad, pero hay otras que deben cambiar de manera inevitable: en particular, las herramientas del periodista contemporáneo.

Para los periodistas el internet no solamente lo encontramos en las páginas de periódicos online, televisión online o radio online, también está presente en otros sitios. La recepción de información en los móviles nos presenta un nuevo desafío. Algunos problemas legales dan muestra de que el periódico online es un nuevo medio, el uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, a de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio, son complementarios. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información

El periodista en red está inmerso en un mar de información y está interconectado a fuentes, periodistas, receptores, interactores, etc. Una buena parte de sus rutinas periodísticas no son coincidentes a las de los periodistas convencionales, respetar a los lectores, el gran reto es aprender que toda persona que sepa comunicar y tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia Internet simplifica la tarea en términos de la cantidad de posibilidades que brinda: documentación, verificar noticias, recibir convocatorias de prensa, comunicarnos con los medios en el mundo, capturar imágenes y sonidos, entrevistar, etc. Dada su filosofía integradora, Internet ha impulsado la combinación de múltiples formatos en la entrega informativa de los medios.

Para esto presentamos los **perfiles, funciones y aptitudes** que debe llevar el periodismo “Digital”

El perfil del Periodismo Digital, es el que rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional". El periodista digital es el creador y el encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, multilínea e interactiva.

Las funciones hacen que las características de Internet, requieran que el periodista realice funciones que, tradicionalmente, eran ejercidas por otros profesionales o simplemente no eran necesarias. Así, el periodista no sólo es periodista en la red sino también gestor y comunicador.

Labores periodísticas:

- Investigación, utilizando las fuentes tradicionales como personas y documentación, pero no sólo físicas sino también virtuales; es decir, internautas y sitios web, para crear contenidos propios.
- Redacción de la información considerando la complejidad de los usuarios.
- Presentación de la información considerando el texto, audio, imágenes, foros, etc.
- Utilización del hipertexto para contextualizar y relacionar las informaciones dentro del mismo sitio o enlazando con otros sitios
- Actualización constante.
- Editorializar los contenidos, valorando, seleccionando, jerarquizando y opinando sobre la información.

Labores de gestión:

- Diseñar la interfaz donde se presentarán los contenidos, a nivel gráfico y la forma cómo se estructurarán los contenidos y cómo se interrelacionarán los textos, imágenes, audio, etc.
- Diseñar las formas de almacenamiento de la información y acceso a los archivos.
- Trabajar codo a codo con documentalistas, diseñadores, programadores, administradores de sistemas, área comercial, etc.

Labores de comunicación:

- Diseñar y administrar la interactividad, creando espacios para la participación de los usuarios.
- Interactuar con los usuarios brindando mayor información sobre algún tema, absolviendo consultas y creando redes de fuentes de información virtual, confiable, con otras personas u organizaciones.

Aptitudes del periodista digital forma parte de la formación periodística profesional y el apego a la ética, pilares básicos del periodismo, en Internet, el periodista deberá mostrar otras aptitudes para diferenciar su trabajo del resto de contenidos.

- Conocer el sistema de comunicación y características de Internet.

- Conocer los distintos lenguajes: sonido, imagen, vídeo, texto y otros recursos multimedia.
- Tener capacidad para seleccionar y procesar la información de manera que pueda ofrecerla en forma sintetizada, referenciada y contrastada. El contenido debe ser fiable y factible de convertirse en conocimiento.
- Tener criterio para seleccionar y relacionar todos los formatos de información: gráficos, enlaces, bancos de fotos, etc.
- El periodista digital deberá tener excelente redacción y ser un interlocutor para el usuario; es decir, un comunicador activo.
- La veracidad y calidad del trabajo del periodista lo avalarán en el caos informativo de Internet y frente al resto de usuarios informantes.
- Ser versátil para aprender y adaptarse a las nuevas tecnologías y los procesos de información y comunicación que se desprendan de ellas.
- Demostrar su capacidad para trabajar con otro tipo de profesionales como diseñadores, programadores o ingenieros.
- Mostrar disposición para ser corregidos por los usuarios e integrarlos como fuentes para la elaboración de contenidos.
- Manejar herramientas tecnológicas básicas como procesador de texto, editores web, ftp, funcionamiento de Internet, escaneo, tratamiento de imágenes, correo electrónico, etc.

2.3 FUNDAMENTACION FILOSOFICA

Estos puntos teóricos ofrecidos por algunos expertos del periodismo digital, proponen nuevas tendencias e ideas, como respetar y seguir usando el periodismo digital, establecidos en cada uno de sus pensamientos desde una perspectiva filosófica.

SANDRA CRUCIANELLI explica un blog ó bitácora es un sitio web que periódicamente se actualiza, recopilando cronológicamente contenidos de uno o varios autores, apareciendo siempre como primero el más reciente. El nombre bitácora está basado en los cuadernos de bitácora o cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje.

La creación de blogs es mucho más sencilla de lo que puede imaginarse. Basta con disponer de una cuenta de correo, registrarse en una plataforma que ofrezca ese servicio y comenzar a publicar “entradas”.

Las más populares en español son:

1- www.blogger.com

2- www.vox.com

2- www.wordpress.com

Las funcionalidades de Google Docs, así como de otros recursos para alojar documentos. Pero la Web 2.0 nos trajo elementos visuales muy interesantes que,

además, generan un Embed Code o código de inserción, susceptible de añadirse a sitios web y blogs.

Como ejemplo de este tipo de herramientas, Issuu, <http://issuu.com/>, permite subir documentos y exhibirlos con un formato original, tal como pueden ver en el artículo “Elevan a Juicio Nuevos Procesos”, http://www.sololocal.info/index.php?option=com_content&task=view&id=812.

Issuu tiene la capacidad de convertir un documento PDF en una revista digital, de manera muy sencilla.

Una herramienta similar es Calameo, <http://es.calameo.com/>, ofrece distintos diseños y un botón de acceso: “leer la publicación”, así como link para compartir y código de inserción. Sirve para diarios y libros. Está integrado a redes sociales como Facebook y Twitter, por lo que es muy sencillo postear a las mismas desde el sitio.

Capturas de Pantalla

La tecla (Impr Pant) se encuentra arriba a la derecha del teclado en español.

Accionando esta tecla, se copia automáticamente la imagen tal como devuelve la pantalla. Para transformarla en una fotografía, se puede usar el programa Paint u otro similar y seguir la ruta:

Edición - Pegar - Guardar como – JPEG

Edición de fotografía en línea

Si hablamos de edición de fotografía, todos sabemos qué cosa es PhotoShop: un programa de descarga creado por la compañía Adobe, acaso el mejor y más famoso del mundo en su tipo. Aunque su propósito principal es la edición fotográfica, también puede ser usado para crear efectos especiales con muy buena calidad. La misma empresa tiene productos dentro de la misma familia de herramientas, como Adobe Illustrator, de mucha utilidad para la edición de gráficos. Pero lo que no todo el mundo sabe es que hay una herramienta en línea, sencilla y muy práctica:

1- PhotoShop en Línea: <https://www.photoshop.com/>

Es completamente gratis, no requiere descarga y apenas es suficiente con el registro previo para acceder a sus beneficios. Funciona como red social: se pueden subir, editar y compartir las fotos con otros miembros de la comunidad, quienes incluso ofrecen ayuda en la edición a los usuarios menos experimentados. La imagen inferior se corresponde con una captura de pantalla del panel de edición.

Otras herramientas para enviar archivos pesados

1- <https://www.hushmail.com/>

2- <http://www.sizablesend.com/>

3- <http://www.rapidshare.com/>

4- <http://www.streamfile.com/>

5- <http://www.megaupload.com/>

6- <http://www.mailbigfile.com/>

7- <http://host02.pipebytes.com/>

JOHN V. PAVLIK: en su libro sobre El periodismo y los nuevos medios de comunicación, señala cinco áreas que cambiarán en la profesión del periodista, que son:

(1) la recopilación y elaboración de informaciones;

(2) el almacenamiento, indexación y recuperación de la información, sobre todo de los contenidos multimedia;

(3) el procesado, la producción y la redacción;

(4) la distribución y la publicación;

(5) la presentación, la visualización y el acceso.

Todas estas características permiten una visión más amplia sobre los cambios trascendentales que sufrirá el periodismo tradicional y los cambios que se pueden observar en el medio de Internet.

LUCIO MARCELO QUISPE ORTEGA: en su artículo dice, quizás podemos pensar que con lo logrado hasta ahora se ha llegado a conseguir todo.

Desde la Web 1.0 hasta la Web 2.0

No es que se trate de una versión de producto pero la Web es ahora denominada así por las evoluciones que ha venido sufriendo en el transcurso del tiempo.

La Web 1.0 empezó en los años 60's junto al Internet, esta Web es de solo lectura, ya que el usuario no puede interactuar con el contenido de la página (ningún comentario, respuesta, etc). Estando la información totalmente limitada a lo que el Web máster pueda publicar.

La Web 2.0 en cambio, es un concepto que se originó en una sesión de lluvia de ideas entre Dale Dougherty de O'Really y Craig Cline de Media Live International, a partir de estas ideas, en una conferencia en octubre de 2004, caracterizan a la Web 2.0 como una nueva actitud o evolución de la Internet, que se resumía en tres principios básicos: la web como plataforma, la inteligencia colectiva y la arquitectura de la participación. Dicho de otro modo, este término propuesto por Tim O'Reilly se refiere a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web, basada en comunidades de usuarios y en una amplia gama de herramientas, como las redes sociales, blogs, wikis y otros, que fomentan la colaboración y el intercambio de información.

A fecha de hoy ya no se habla solamente de la Web 2.0, sino también de la 3.0 y hasta de la 4.0. Si bien estas no están tan difundidas como la Web 2.0, representan una evolución considerable.

La Web 3.0 es considerada también como una extensión de Web Semántica y trata de poder enriquecer la comunicación mediante metadatos **semánticos** que aportan un valor añadido a la información, la diferencian y la hacen más inteligente. Por lo que los contenidos ahora ya no son tratados por su **sintáctica** sino por su semántica.

Y la Web 4.0 es un término que se va acuñando recientemente y trata de movernos hacia una Web Ubicua donde el objetivo primordial será el de unir las inteligencias, para que tanto las personas como las cosas se comuniquen entre sí para generar la toma de decisiones.

Menciona que los primeros pasos de evolución se dieron con la llegada de la Web 2.0, ahora se trata de entender avances que tendrán la Web 3.0 y Web 4.0, y aunque los términos son muy abstractos, se tienen expectativas de muchas posibilidades de unificación de información.

En resumidas cuentas, la evolución puede resumirse en:

Web 1.0.- Personas conectándose a la Web y la Web como punto de información estática.

Web 2.0.- Personas conectándose a personas, la inteligencia colectiva como centro de información y la Web es sintáctica.

Web 3.0.- Aplicaciones Web conectándose a aplicaciones Web, las personas siguen siendo el centro de la información y la Web es semántica.

Web 4.0.- Personas conectándose con Personas y aplicaciones Web de forma ubicua, se añaden tecnologías como la Inteligencia Artificial, la Voz como vehículo de intercomunicación para formar una Web Total.

Se espera que esta evolución se dé en los próximos 10 años, tal como lo describe la gráfica siguiente:

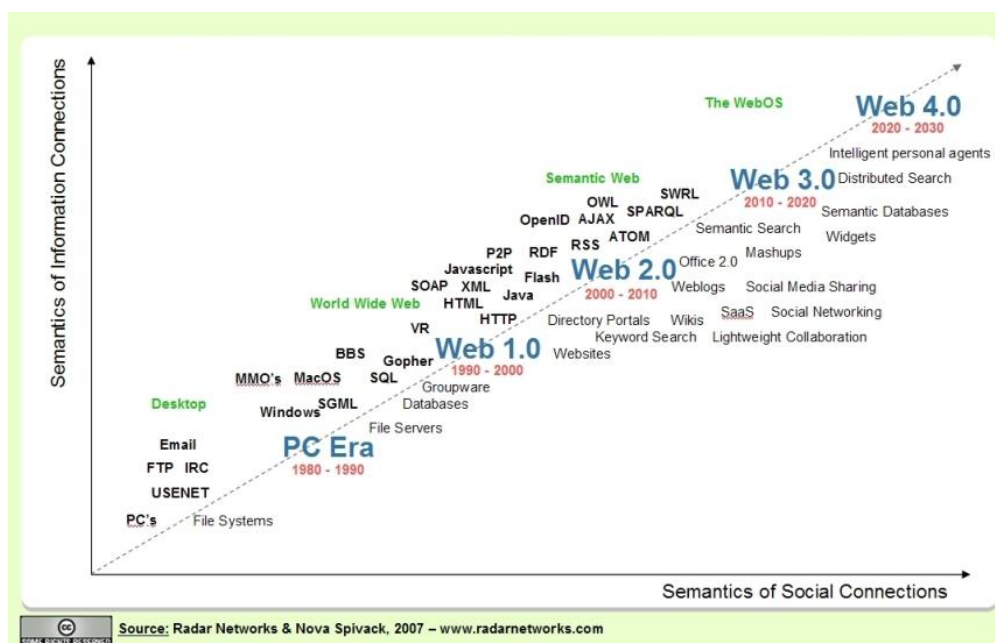


GRAFICO # 1

ESTEFHANI FALLA & SANDRA CRUCIANELLI explican de Redes sociales Entre los años 2001 y 2002 aparecen por primera vez los sitios que fomentan el uso de redes de amigos. En el 2003 aparecen servicios de redes sociales como Friendster, Tribe y MySpace que se vuelven muy populares. Rápidamente algunas empresas reconocidas ingresan a las redes sociales. Según Zamora (2006), las redes sociales son formas de interacción social, definida como un

intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Por otro lado, internet es un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas; que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.

SANDRA CRUCIANELLI menciona con la puesta en línea de servicios como **YouTube**, www.youtube.com, **Flickr**, www.flickr.com, o **SlideShare**, www.slideshare.net, los usuarios comenzaron a generar contenidos; en el primer caso, videos; en el segundo fotografías y en el tercero archivos PowerPoint, aunque ahora YouTube permite subir otros formatos como audio y Flickr videos. Estas plataformas sirven para alojar documentos en distintos formatos, pero también permiten la comunicación entre usuarios, el posteo de comentarios, la formación de grupos y todas aquellas aplicaciones que crean condiciones adecuadas para la creación y formación de redes sociales.

Facebook es una tendencia indiscutible. Pero muchos periodistas aún no ven las ventajas de nuestra presencia en este tipo de redes. El primer punto a favor que rescato es la interacción con la audiencia: creo que tiene un efecto maravilloso



sobre cualquier periodista. Los lectores, oyentes, televidentes, dejan de ser rostros anónimos, pasan a ser personas de carne y hueso con las cuales podemos comunicarnos en tiempo real.

El impacto de las redes sociales no solamente se da en el marco de organizaciones internacionales o en ciudades importantes de todo el mundo. Aún en pequeños pueblos o ciudades medianas, los usuarios de las redes sociales manifiestan la misma tendencia. En noviembre de 2009, una sequía nunca vista en la región suroeste de la provincia de Buenos Aires azotó a varias ciudades, entre ellas Bahía Blanca, poniéndola al borde de la escasez de agua potable. Un mes antes, en octubre, varios grupos se organizaron en Facebook para reclamar soluciones frente al problema y uno de ellos conserva más de 20.000 miembros, aún cuando la ciudad tiene 300.000 habitantes.

Puede ver una lista de herramientas para Facebook en:

1.- <http://www.facebooktools.com.ar/> (en español) O dos más completas (en inglés)

2.- <http://mashable.com/2007/07/31/facebook-powertools-1/>

3.- <http://facebooktools.blogspot.com>

Twitter es un servicio de *microblogging* gratuito que permite a los usuarios enviar y compartir entradas cortas, denominadas “*tweets*”, no mayores de 140 caracteres. Para enviar estos mensajes se puede usar la Web, pero también el servicio de mensajes (SMS) de los teléfonos móviles, hasta programas de mensajería



instantánea o aplicaciones de otros recursos como email, Facebook o *agregadores de contenidos*. Hay herramientas además para el envío de documentos extensos, fotos, videos, audio, etc. Estos nuevos contenidos, añadidos mediante una URL corta, se muestran en la página de perfil del usuario y también son enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas.

Glosario Básico de Twitter

- 1.-Following: son los usuarios que se siguen.
- 2- Followers: son los usuarios que te siguen.
- 3- RT: Re-tweet, reenvío, volver a publicar un comentario de otro usuario.
- 4- DM: Mensajes directos y privados que se pueden enviar los usuarios entre si
- 5- Reply: Responder a otro usuario.

6- Hashtag:. Palabras claves, a las que se antepone el signo #. Equivalen a las etiquetas de Flickr y constituyen un modo de agregar metadatos a los tweets, para que estos puedan ser categorizados y en consecuencia, localizados más fácilmente. Por ejemplo, mediante Hashtags se pueden seguir coberturas en tiempo real.

7- Thought-streaming: “Flujo de opiniones” que se produce a través de Twitter y que adquiere más valor si se asocia a un hashtag.

¿LA NUEVA ERA DIGITAL ES IMPORTANTE PARA LA SOCIEDAD, PODRA ESTAR AL ALCANCE EL INTERNET EN SUS CASAS?

Es interesante descubrir muchos cambios que hoy el mundo y las aportaciones de cada sociedad obligan a un cambio radical, los descubrimientos que cada día se ejemplarizan son los detalles perfectos a seguir avanzando en la realidad actual.

Esto suma a que el internet en casa está siendo cotidiano en hogares donde cada individuo tiene como ingresar a la web, precisamente por eso es importante tener en cuenta que contamos con una nueva era digital, razón que sin expresar; son dos puntos a seguir.

Lo real, donde cada uno puede obtener sus desarrollos con las más avanzadas tecnologías que están presentes comparando parámetros de diferentes campos al alcance del internet.

Lo cierto, es que estamos viviendo en un mundo moderno donde podemos cambiarnos de rostro o modalidades que van desde el libertinaje hasta posible cambiarse de sexo si así lo amerita el individuo

2.4 FUNDAMENTACION PEDAGOGICA

La profesión periodística, en todos los órdenes, registra ese cambio, más aún en lo relacionado con la formación de los comunicadores para el futuro. La didáctica de los siglos anteriores ha quedado desbordada por todo lo que ofrecen las nuevas tecnologías y ahora es el mundo globalizado e interconectado por la gran autopista de la información.

Los periodistas dan cuenta de una especie de enfrentamiento de valores, en el cual a menudo los modelos mediáticos se ve vinculado con un modelo pedagógico, pero el descubrimiento del periodista hace análisis de los modelos como superación en la formación personal en la era digital ofreciendo a los medios de comunicación un periodista conquistador de una posición analítica, crítica y de opinión personal.

Para ello presentamos unos autores del periodismo digital haciendo ecos de la situación:

MARK BRIGGS explica a los reporteros, editores y fotógrafos en almacenar datos digitalmente. Incluso si solo es la lista de contactos, aprenda a administrar sus datos electrónicamente para maximizar su utilidad en el futuro. Y abra su proceso de reportaría para aprovechar las posibilidades que nos ofrece el público.

Los sitios Web necesitan noticias de última hora. Si usted es un reportero que cubre un tema, este las producirá de tiempo en tiempo. Su trabajo es suministrar a la página de inicio de su sitio Web esas noticias de última hora, así que esté listo a usar las herramientas multimedia disponibles ahora para reportear la historia inmediatamente, escribir para Web es similar a reportear para una agencia de noticias, así que el reportero de un periódico necesita pensar menos en términos de presentar una historia completa y más en términos de presentar 'tomas'. La primera toma puede ser un titular diciendo "5 niños muertos en un accidente de bus en la autopista" con los hechos escuetos en el lead. Esto es suficientemente bueno para decir a la gente qué está pasando. Está más de acuerdo con el modelo de radio y televisión y menos con el modelo impreso. Un párrafo y un titular llegan a ser tres párrafos en 20 minutos, y cinco párrafos en 45 minutos. Mientras su reportaría continúa, usted engordará la historia. El malabarismo consiste en evitar cualquier presión para escribir sobre hechos que puedan estar en el flujo.

Escriba vívidamente y fuerte: Los lectores aprecian escritores que no desperdician su tiempo. El lenguaje simple y directo comunica la información eficientemente **Alfonso López Yepes** expresa que los reporteros multimedia son

nuevo tipo de periodista en la sociedad multimedia de la información: las redacciones informan ya a la vez a internet, televisión y prensa escrita. Como procesos, llega a la redacción una noticia. El redactor, vía Internet, lanza la primera noticia. Equipado con un pequeño ordenador portátil, un teléfono móvil, un micro cámara de vídeo y un cuaderno, sale a la calle. Desde el lugar del hecho amplía la noticia para Internet, envía por teléfono una primera crónica para la radio y transmite las primeras imágenes para televisión. De vuelta a la redacción, reúne las diferentes crónicas enviadas por los otros medios y con todo el material prepara la crónica que aparecerá en el periódico impreso del día siguiente. El mismo periodista va actualizando durante el día la misma noticia para los medios que pueden transmitirla.

2.5 FUNDAMENTACION LEGAL

En la constitución de la República del Ecuador en la **Capítulo segundo** Sección tercera, de comunicación e información en los Artículos 16-18- 20- dice:

Art 16.- Toda las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.-Una Comunicación libre, intelectual, 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.

Art 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Análisis de los Artículos 16,18 Y 20

En los artículos primeramente mostrados dicen acerca de los derechos de las personas y los medios de comunicación tomando en cuenta el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. Donde toda persona natural pueda desarrollarse en ella. El contenido de la información que se transmite, garantizando el secreto profesional de toda persona que opine e informe a través de medios u otra forma, el fin es impulsar al desarrollo tecnológico comunicacional de los seres humanos.

Es todo lo que puedo acotar de estos artículos.

También en la misma constitución habla de los derechos de opinar y expresar, sistema nacional de ciencia y tecnología.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.

Análisis de Art. 66, 385.

En este artículo se habla que todos tenemos derecho a opinar y expresar libremente mediante todas las formas aplicadas en publicidad o un medio de reproducción de información. Conformando de forma divulgada de género cultural de la tecnología, innovando los conocimientos de los individuos en procesos tecnológicos actuales conforme sus necesidades.

2.6 INTERROGANTES Y DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA INVESTIGACION

SEMANTICA: se refiere a los aspectos del significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como símbolos, palabras, expresiones o representaciones formales. En principio cualquier medio de expresión (lenguaje formal o natural) admite una correspondencia entre expresiones de símbolos o palabras y

situaciones o conjuntos de cosas que se encuentran en el mundo físico o abstracto que puede ser descrito por dicho medio de expresión.

SINTÁCTICA: Se denomina función sintáctica al servicio que una palabra desempeña a otra u otras o, de forma más precisa, a las relaciones de combinación o relaciones sintagmáticas que una palabra mantiene con las demás palabras de su contexto.

WEBMASTER: es la persona responsable de mantenimiento o programación de un sitio web. La definición específica de este cargo puede variar según el ámbito en el que se presente a la persona: en ciertos casos es el responsable de los contenidos del sitio, mientras que en otros es el encargado de la operatividad, programación y mantenimiento de la disponibilidad de un sitio web sin que necesariamente intervenga en la creación de contenidos.

TCP/IP: Es un conjunto de protocolos de red en los que se basa Internet y que permiten la transmisión de datos entre computadoras, los dos protocolos más importantes que la componen: Protocolo de Control de Transmisión (TCP) y Protocolo de Internet (IP), que fueron dos de los primeros en definirse, y que son los más utilizados de la familia.

TECNOLOGÍA: es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

COMUNICATIVA, O: Relativo a la comunicación, se aplica a la persona que tiene facilidad para comunicarse con los demás.

HIBRIDEZ: solo define de hibrido que es una multifunción

INFORMAR: Enterar, dar noticia de algo dicho de una persona o de un organismo: Completar un documento con un informe de su competencia, dar forma sustancial a algo.

ACTUALIZAR: Convertir una cosa anticuada o retrasada en actual o presente, ponerla al día, modernizarla, adaptar al momento presente, cambiar algo antiguo para que esté acorde a la época actual

REDES: Conjunto de computadores, equipos de comunicaciones y otros dispositivos que se pueden comunicar entre sí, a través de un medio en particular.

MEDIOS: se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación

CALIDAD: es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados

PLATAFORMA: En informática y tecnología, plataforma se refiere al sistema operativo o a sistemas complejos que a su vez sirven para crear programas, como las plataformas de desarrollo.

CONOCIMIENTOS: Hechos, o datos de información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un asunto u objeto de la realidad.

PUBLICAR: Dar a conocer a mucha gente una información o una noticia, hacer pública una cosa, hacer copias de un periódico, un libro, un disco, un vídeo, etc., y ponerlo a la venta.

LENGUAJE: cualquier tipo de código semiótico estructurado, para el que existe un contexto de uso y ciertos principios combinatorios formales. Existen contextos tanto naturales como artificiales.

CARACTERÍSTICAS: En tecnología las características técnicas de una máquina.

INFORMATIVO: programa de televisión o radio en el que se cuentan noticias de interés público.

SOCIEDAD: es el conjunto de individuos que interaccionan entre sí y comparten ciertos rasgos culturales esenciales, cooperando para alcanzar metas comunes.

MÚLTIPLES: Que está formado por más de un elemento o por varias partes, de muchas maneras: ha sido una fractura múltiple.

PERFILES: en informática un conjunto de características o vocales que tiene un elemento;

CARTÓGRAFOS: El cartógrafo diseña mapas de mundos que se construyen con realidades diversas: citas, comentarios, programas, esquemas, noticias, fotos, reflexiones, relatos, reseñas, diálogos, críticas, observaciones, cuadros, debates, poemas. Estos son los mundos que se busca reproducir.

INFONIMISTAS: aquellas personas que estudian las estructuras de la comunicación y diseñan economías y flujos óptimos de información

ELECTRÓNICO: de conocimientos, materiales y dispositivos, desde los semiconductores hasta las válvulas termoiónicas.

TELEMÁTICO: es una disciplina científica y tecnológica que surge de la evolución y fusión de la telecomunicación y de la informática.

LÍNEAL: viene de la palabra latina linearis, que significa "creado por líneas".

ACCESO: es el resultado positivo de una autenticación, para que el acceso dure un tiempo predeterminado, el servidor guarda en el cliente una cookie, esta permitirá que el usuario pueda entrar a su cuenta en el servidor hasta que esta caduque.

RECEPTOR: la persona o equipo que recibe un mensaje.

RUTINA: es una costumbre o un hábito que se adquiere al repetir una misma tarea o actividad muchas veces.

UNIDIRECCIONAL: De una sola dirección, que se orienta en una única dirección.

INTERACTIVA: es un concepto ampliamente utilizado en las ciencias de la comunicación, en informática, en diseño multimedia y en diseño industrial

VIRTUAL: Simulación audiovisual de un entorno real por medio de imágenes de síntesis tridimensionales, la que no puede ser recogida por una pantalla.

IMÁGENES: Figura, representación, semejanza y apariencia de algo, estatua, efigie o pintura de una divinidad o de un personaje sagrado

FOROS: Sitio en que los tribunales oyen y determinan las causas.

HIPERTEXTO: En informática, es el nombre que recibe el texto que en la pantalla de un dispositivo electrónico, permite conducir a otros textos relacionados, pulsando con el ratón o el teclado en ciertas zonas sensibles y destacadas.

ÉTICA: es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir

APTITUD: rasgo general y propio de cada individuo que le facilita el aprendizaje de tareas específicas y le distingue de los demás.

GLOBAL: Tomado en conjunto, referente al planeta o globo terráqueo.

AGILIZAR: Hacer ágil, dar rapidez y facilidad al desarrollo de un proceso o a la realización de algo

HTML: Acrónimo de hypertext Markup Language (Lenguaje hipertexto de marcas)
Una auténtica herramienta que permite desarrollar aplicaciones 'WWW'

URL: Acrónimo de Uniform Resource Locater [Localizador uniforme de recurso]
Dirección de un recurso de 'Internet'. Se utiliza para indicar el camino que permite una conexión vía 'http', 'ftp'.

CAPÍTULO III

LA METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

La metodología que se aplicó en la presente investigación es el método Científico, que es un conjunto de procedimientos lógicos sistemático que el investigador utilizó para describir la ciencia.

Sin embargo, este método no tiene que seguirse paso a paso, su aplicación no puede ser formal ni mecánica, este puede variar y someterse a pruebas, todo depende del problema e investigación.

Sus pasos son:

Observación

Problema

Hipótesis

(Conclusiones)

3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El esquema de la investigación es de campo, bibliográfica y documental, porque admite el estudio sistemático de problemas que suceden en el lugar donde ocurren los hechos en este caso de la ciudad de Babahoyo, con la intención de descubrir, explicar las causas y efectos, al mismo tiempo la modalidad documental se manifiesta en la guía de documentos, libros, folletos dados por los expertos en la materia y el uso del internet, mediante los cuales me consienten conocer, comprobar y concluir los diferentes enfoques.

El transcurso de la investigación se impulsó con la metodología cuantitativa y cualitativa, que permite descubrir y determinar el periodismo digital y su influencia en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo. Provincia de Los Ríos 2011-2012.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por las características del presente trabajo investigativo, el nivel aplicado es el descriptivo y explicativo que se detalla a continuación.

Descriptivo.- Consiste en detallar el estado en que se encuentra el caso investigado, los hechos, antecedentes, personas implicadas, explicando paso a paso cada circunstancia y cualidades de todo el contexto, descifrándolo en forma secuencial con las variables de estudio.

Explicativo.- Nos permite describir las causas y efectos del suceso investigado, con el propósito de ayudar a aclarar los hechos requeridos en cada una de las variables.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Primero para obtener la muestra tenemos que determinar la población.

Población.- En esta tesis la población está determinada por los periodistas, medios de comunicación y públicos de la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos es decir la totalidad de elementos que deseamos investigar.

La Muestra.- Al momento de investigar a una población, muchas veces por falta de tiempo o porque es muy extensa utilizamos el método estadístico de muestreo estratificado proporcional aplicado a la población urbana. Consiste en la división del universo en estratos homogéneos, se procede a la selección aleatoria de los individuos dentro de cada estrato, los tamaño de la muestra dentro de cada estrato son proporcionales.

SIMBOLOGÍA.

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

n= tamaño de muestra

N= universo

e= error de muestreo (0,05 admisible)

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$n = \frac{136}{(0,05)^2 (136 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{136}{(0,0025) (135) + 1}$$

$$n = \frac{136}{0,3375 + 1}$$

$$n = \frac{136}{1,3375}$$

n= 101,682

Una vez estudiado el muestreo sistemático estratificado no proporcional, que consiste en la división del universo en estratos homogéneos, selecciono aleatoria a los periodistas, propietarios de medios de comunicación y una parte del público de cada estrato. Se tomó el tamaño de la muestra según la necesidad del investigador.

3.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACION INSTRUCTIVO QUE SE APLICA PARA LA INVESTIGACIÓN

| # | PREGUNTAS | ASPECTOS |
|---|------------------------------------|---|
| 1 | ¿Dónde se recogerá la información? | En los medios de comunicación; televisión; C 6, TV Agro canal 28, TV 7, Radios; Fluminense, Libre, Guayaquil. Periódicos; El clarín, Impacto 2000, luz y trabajo, Riosense, La Hora de Babahoyo y revista Jaccely, capital de la provincia de Los Ríos. |
| 2 | ¿Sobre qué? | Influencia del periodismo digital en la formación profesional del periodista. |
| 3 | ¿Para qué? | Para dar a conocer e influir sobre el periodismo digital a los periodistas de Babahoyo en concomimientos básicos de perfiles, aptitudes del periodismo moderno hacia la sociedad. |
| 4 | ¿A quiénes? | Periodistas, Medios de Comunicación y Público |
| 5 | ¿Quién recogerá la información? | El investigador |
| 6 | ¿Cuándo? | En el periodo 2011- 2012 |
| 7 | ¿Numero de encuestas? | 25 periodistas, 12 medios de comunicación y 99 público |
| 8 | ¿Cómo? | Directamente a los involucrados en la investigación. |
| 9 | ¿Con que? | Con encuesta estructurada por el investigador. |

CUADRO # 1

3.6 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

CONFIABILIDAD

Ya hablamos en el punto inicial del presente capítulo, que el método que se empleo fue el científico, siguiendo sus pasos respectivamente, con las técnicas de la entrevista estructurada que nos permite conseguir la información de manera verbal entre muchas personas, a través de una conversación abierta y exacta.

VALIDEZ

Esta técnica se llevo a cabo con los periodistas, medios de comunicación y público los lugares fueron los medios de comunicación como:

Televisión: C6, TV Agro canal 28, TV 7.

Radios: Fluminense, Libre, Guayaquil.

Periódicos: El clarín, Impacto 2000, luz y trabajo, Riosense, La Hora, Revista Jaccely.

Todos ellos de la ciudad de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos. También se empleo la técnica de la observación que consiste en analizar la problemática que se tiene el periodista hacia la modificación cultural científica en

actividades digitales y las cualidades como periodista moderno que al punto de vista del investigador tiene una diferencia abrumadora de lo que proyecta el periodismo digital. Esta información se obtuvo mediante las consultas en internet, folletos dotados por la tutora y libros como soporte de apoyo, Para esta recolección se entrevistó a periodistas de ambos sexos, a dueños de medios de comunicación y el público.

Los recursos de apoyo que se utilizaron fueron los siguientes elementos.

- ❖ Hojas
- ❖ Computadora
- ❖ Pen driver
- ❖ Pluma
- ❖ Lápiz
- ❖ Mesa
- ❖ Silla
- ❖ Cuaderno

3.7 ANÁLISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A PERIODISTAS

1. ¿QUÉ ENTIENDE POR PERIODISMO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|---------------------|------------|-------------|
| 1 | Periodismo en web | 7 | 28% |
| | Copia y pega | 14 | 56% |
| | Formatos estándares | 4 | 16% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 2

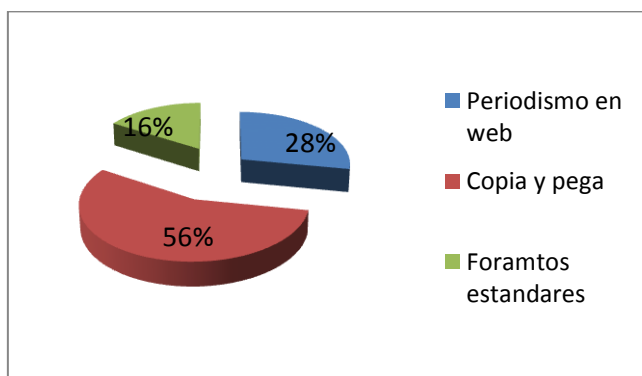


GRAFICO # 2

PROCEDIMEINETO Y ANALISIS

El cuadro # 2 representado por el grafico # 2 vemos encuestado a 25 periodistas, los mismos se les hicieron 10 preguntas claras y precisas los que contestaron lo siguiente. **Análisis.-** El 56% entiende que el periodismo digital es una copia y pega, el 28% es periodismo en web, un 16% añade que es solo un formato, entonces se puede decir que la mayoría cree que es una copia y pega el periodismo digital.

2. ¿USTED CREE QUE UTILIZA LAS HERRAMIENTAS NECESARIA DE UN PERIODISTA DIGITAL

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 2 | Siempre | 9 | 36% |
| | Ocasionalmente | 13 | 52% |
| | Rara vez | 2 | 8% |
| | Nunca | 1 | 4% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 3

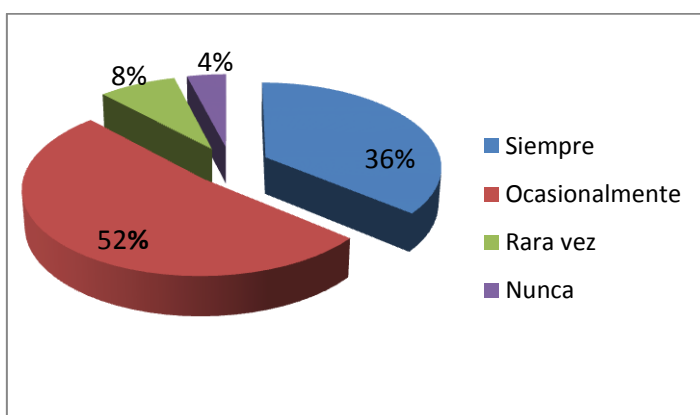


GRAFICO # 3

INTERPRETACION DE DATOS

Al observar el cuadro # 3 representado por el grafico # 3, el 52% ocasionalmente utiliza las herramientas de un periodista digital, mientras que el 36% dicen que siempre la utiliza, el 8% rara vez, el 4% nunca.

Análisis.- entonces se puede decir que la mayoría en ocasiones utiliza las herramientas del periodista digital.

3. ¿USTED UTILIZA UN COMPUTADOR A DIARIO?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|-------------|
| 3 | Siempre | 5 | 20% |
| | Ocasionalmente | 13 | 52% |
| | Rara vez | 5 | 20% |
| | Nunca | 2 | 8% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 4

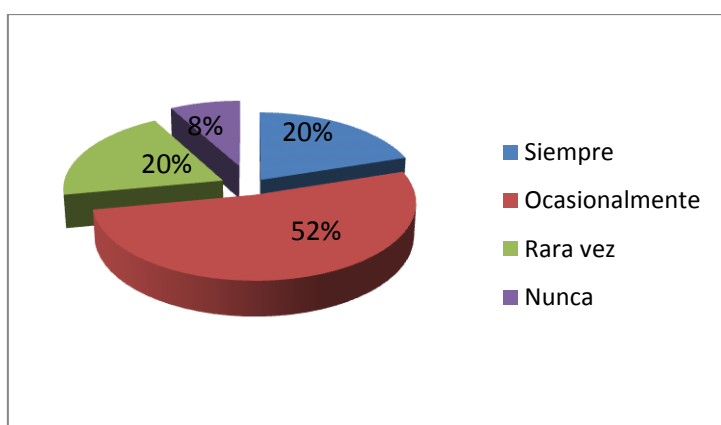


GRÁFICO # 4

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Analizando el cuadro # 4 representado por el gráfico # 4 vemos que el 52% de los periodistas ocasionalmente utilizan un computador y un 20% siempre, al igual que en otro 20% rara vez, el 8% nunca.

Análisis.- entonces se puede comprender que los periodistas en su mayoría han estado ocasionalmente realizando actividades propias de un periodismo digital.

4. ¿CREE USTED QUE DEBE USAR FORMATOS ESTÁNDARES PARA GUARDAR TRANSPORTAR Y ABRIR ARCHIVOS DIGITALES?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 4 | Si | 10 | 40% |
| | No | 15 | 60% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 5

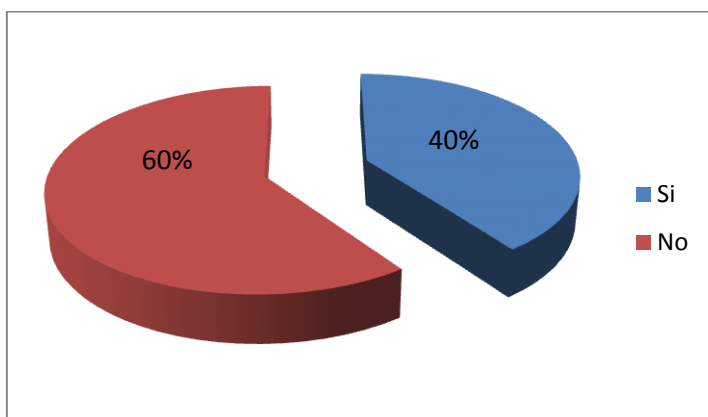


GRAFICO # 5

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al interpretar el cuadro # 5 y gráfico # 5, al 60% no les gusta usar formatos estándares, al 40% si les gusta utilizar el formato estándar.

Análisis.- Por lo que podemos notar de los periodistas que en su mayoría no les gusta guardar, transportar archivos digitales

5. ¿UTILIZA UNA CÁMARA FOTOGRÁFICA DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 5 | Siempre | 13 | 52% |
| | Ocasionalmente | 8 | 32% |
| | Rara vez | 4 | 16% |
| | Nunca | 0 | 0% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 6

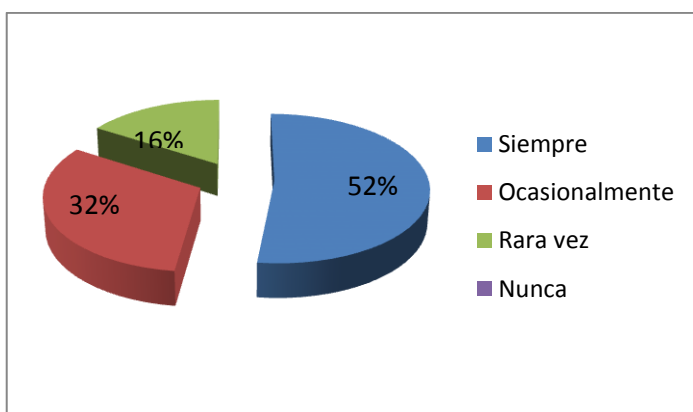


GRAFICO # 6

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al observar el cuadro # 6 representado por el gráfico # 6, los periodistas el 52% siempre han utilizado una cámara fotográfica digital, el 32% ocasionalmente, un 16% Rara vez y 0% nunca,

Análisis.- entonces se puede decir que el porcentaje mayor es siempre, por lo que se considera hay periodistas de medios impresos que manipulan una cámara fotográfica digital.

6. ¿UTILIZA UNA GRABADORA DE AUDIO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|-------------|
| 6 | Siempre | 6 | 24% |
| | Ocasionalmente | 10 | 40% |
| | Rara vez | 4 | 16% |
| | Nunca | 5 | 20% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 7

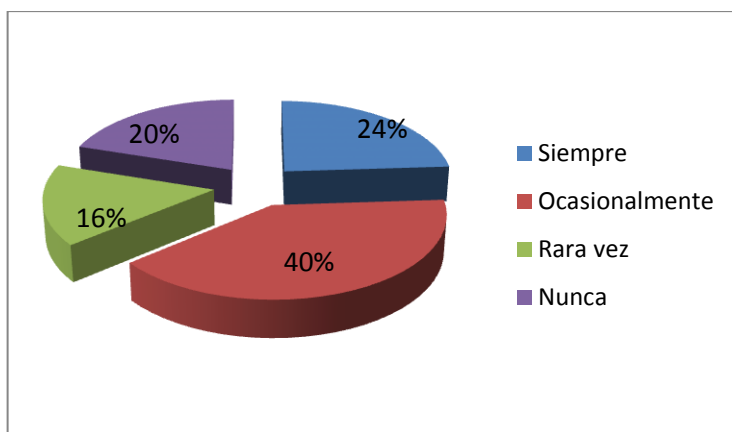


GRAFICO # 7

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al interpretar el cuadro # 7 y gráfico # 7 al 40% ocasionalmente ha utilizado una grabadora digital, el 24% siempre, el 20% nunca, y el 16% restante rara vez.

Análisis.- Por lo que podemos notar a los periodistas en su mayoría en ocasiones utiliza o ha manipulado una grabadora digital.

7. ¿UTILIZA UNA CÁMARA DE VIDEO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|-------------|
| 7 | Siempre | 10 | 40% |
| | Ocasionalmente | 10 | 40% |
| | Rara vez | 4 | 16% |
| | Nunca | 1 | 4% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 8

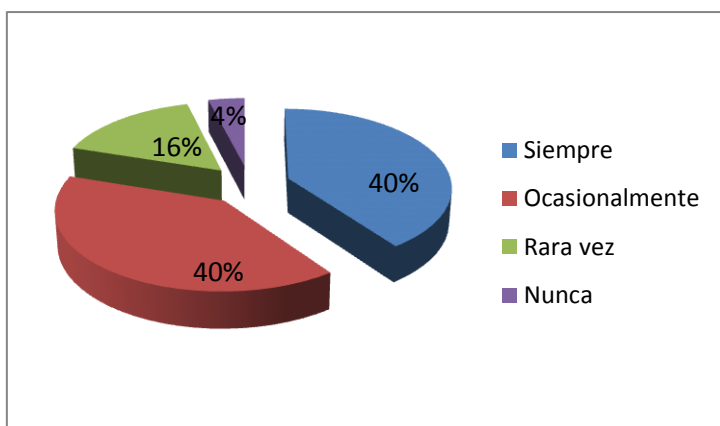


GRAFICO # 8

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al interpretar el cuadro # 8 y gráfico # 8, el 40% siempre ha utilizado una cámara video digital, y otro 40% ocasionalmente, el 16% rara vez, y el 4% restante nunca.

Análisis.- Por lo que podemos notar a los periodistas en igualdad de siempre y en ocasiones utilizan una cámara video digital pero no en procesos de periodismo digital sino en periodismo convencional.

8. ¿LEES ALGUNA VEZ DIARIOS O PORTALES DE NOTICIAS EN INTERNET?... Y POR QUE?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|-------------|
| 8 | Siempre | 12 | 48 |
| | Ocasionalmente | 10 | 40% |
| | Rara vez | 2 | 8% |
| | Nunca | 1 | 4% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 9

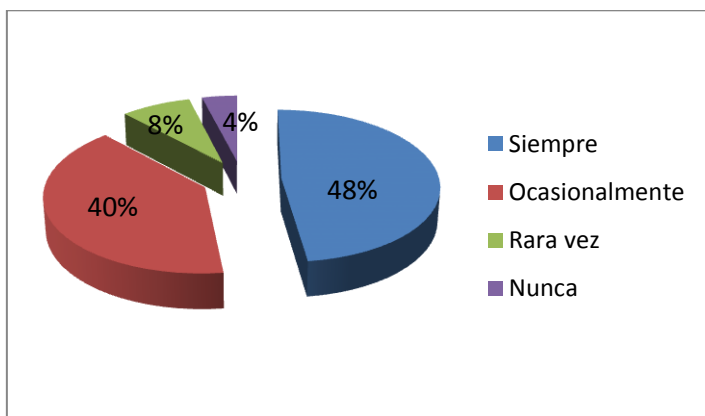


GRAFICO # 9

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al interpretar el cuadro # 9 y gráfico # 9 al 48% siempre lee diarios o portales de noticias en internet, el 40% ocasionalmente lee por este medio, el 8% rara vez lo hace, y en un 4% nunca.

Análisis.- Por lo que podemos notar a los periodistas en su mayoría siempre han leído por este medio por que a veces recopilan informaciones a través de ella para difundir informaciones en los medios convencionales de Babahoyo.

9. ¿QUE OBJETIVOS DE LECTURA DEBE LLEVAR USTED COMO PERIODISTA EN UN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL?... Y POR QUE?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|--------------|------------|-------------|
| 9 | Informarse | 11 | 44 |
| | Actualizarse | 11 | 44 |
| | Comparar | 2 | 8 |
| | Complementar | 1 | 4 |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 10

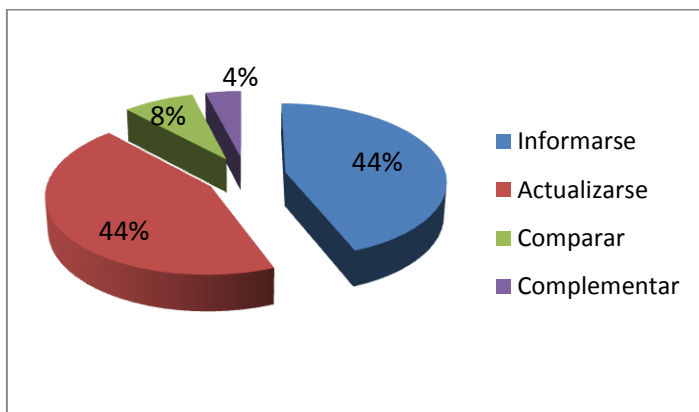


GRAFICO # 10

INTERPRETACION DE DATOS

El cuadro # 10 presentado por el grafico # 10, los periodistas el 44% tienen el objetivo de informar, al igual que el 44% de actualizarse, el 8% compara, el 4% tiene el objetivo de complementar.

Análisis.- por lo que podemos notar que el periodista una parte se informa y la otra parte se actualiza, porque el internet es un medio donde tiene informaciones para el trabajo diario.

10. ¿LE GUSTARÍA QUE EN LAS UNIVERSIDADES DE BABAHOYO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL INCLUYAN LA ASIGNATURA DE PERIODISMO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 10 | Si | 20 | 80% |
| | No | 5 | 20% |
| | | 25 | 100% |

CUADRO # 11

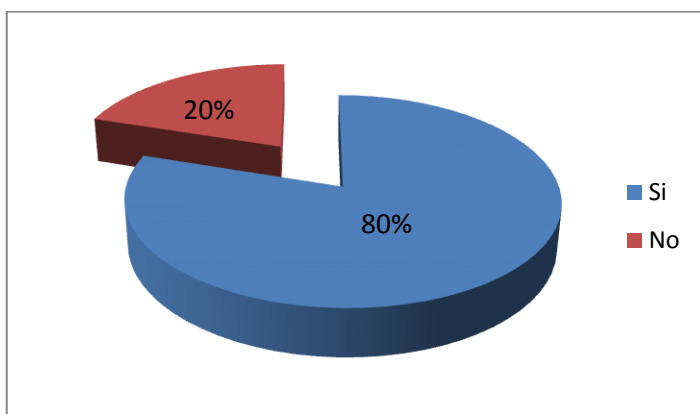


GRAFICO # 11

.INTERPRETACION DE DATOS

El cuadro # 11 presentado por el grafico # 11, en un 80% si les gustaría que imparta la materia de periodismo digital, el 20% restante dicen que no.

Análisis.- Por lo que podemos notar los periodistas si les gustaría que se incluya la asignatura de periodismo digital en las universidades para desarrollarse en ese campo actual.

ENCUESTA DIRIGIDA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿CREE USTED QUE LOS PERIODISTAS UTILIZAN LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS DE UN PERIODISTA DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 1 | Si | 5 | 42% |
| | No | 7 | 58% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 12

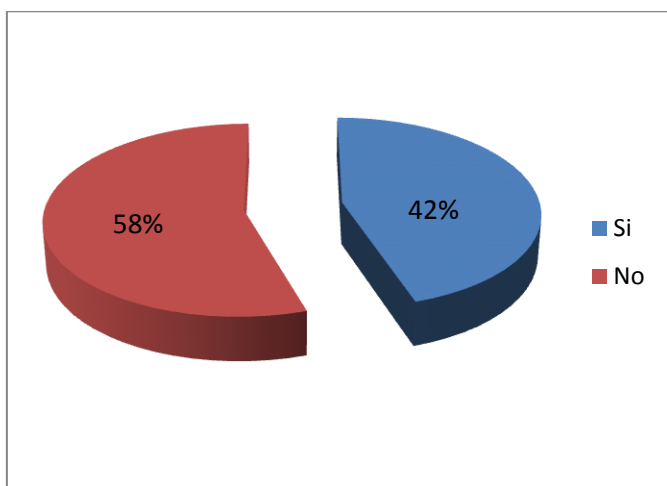


GRAFICO # 12

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 12 representado por el gráfico # 12 vemos que se ha encuestado a 12 medios de comunicación entre canales de televisión, radios, periódicos y revistas se les hicieron 9 preguntas claras y precisas.

Análisis.-Según los medios de comunicación el 58 % no las utiliza, el 42% si las utiliza, entonces se puede decir que los periodistas no utilizan herramientas de un periodista digital.

2. ¿LOS O SUS PERIODISTAS UTILIZAN UNA COMPUTADORA A DIARIO?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|-------------|
| 2 | Siempre | 5 | 42% |
| | Ocasionalmente | 5 | 42% |
| | Rara vez | 1 | 8% |
| | Nunca | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 13

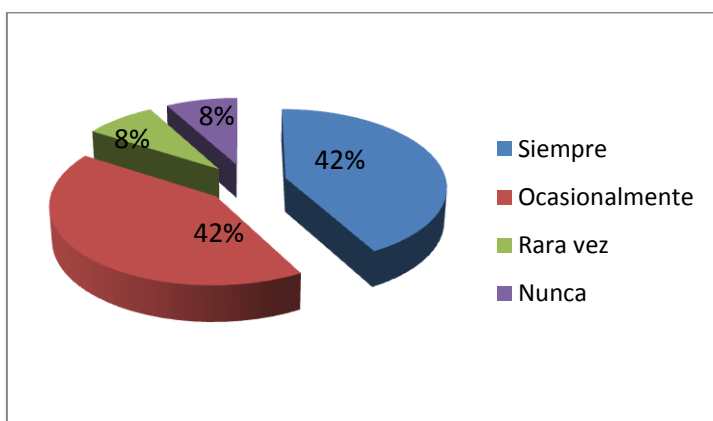


GRAFICO #13

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 13 representado por el gráfico # 13, vemos que el 42% ocasionalmente ha utilizado un computador, al igual que siempre el 42%, el 8% rara vez, y nunca el 10%.

Análisis.-Según los medios de comunicación dicen que los periodistas tienen una igualdad de siempre y por ocasiones utilizar un computador y como medio llevan un periodismo convencional.

3. ¿USTED CREE QUE LOS PERIODISTA DEBAN USAR FORMATOS ESTANDARES PARA GUARDAR, TRANSPORTAR Y ABRIR ARCHIVOS DIGITALES?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 3 | Si | 4 | 33% |
| | No | 8 | 67% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 14

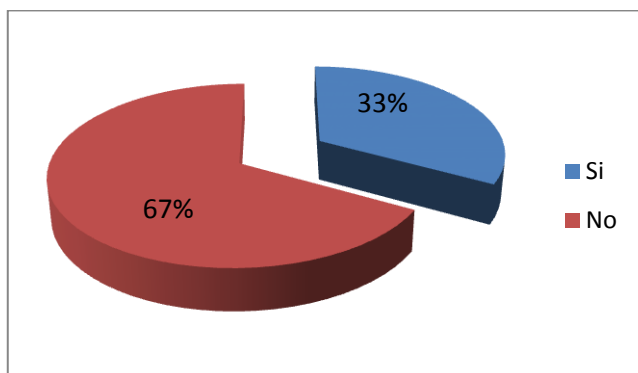


GRAFICO #14

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 14 representado por el gráfico # 14, vemos que el 67% dice que no es preciso utilizar, el 33% dice que sí.

Análisis.- Los medios de comunicación dicen que la mayor parte de los periodistas no es necesario usar esos formatos, ni es exigido hacia los periodistas por parte de los medios de comunicación.

4. ¿SUS PERIODISTAS UTILIZAN UNA CÁMARA FOTOGRÁFICA DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|----------------|------------|------|
| 4 | Siempre | 2 | 17% |
| | Ocasionalmente | 8 | 67% |
| | Rara vez | 1 | 8% |
| | Nunca | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 15

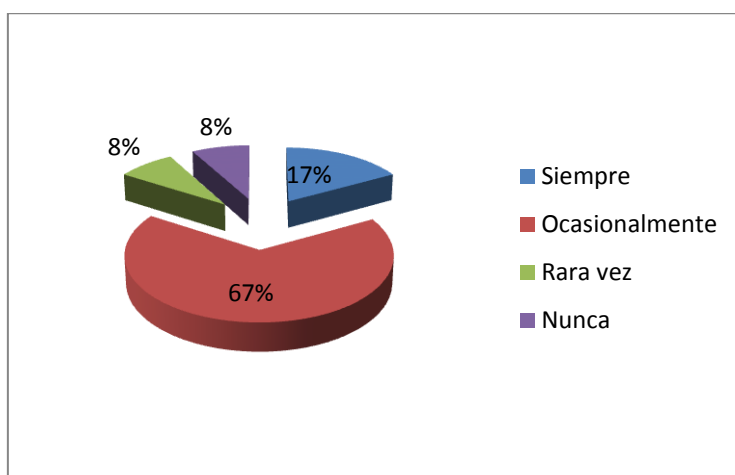


GRAFICO #15

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 15 representado por el gráfico # 15, vemos que el 67% dice que un periodista ocasionalmente utiliza una cámara fotográfica, el 17% siempre, el 8% rara vez y el otro 8% nunca.

Análisis.- los medios de comunicación dicen que los periodistas ocasionalmente utilizan una cámara fotográfica digital.

5. ¿LOS O SUS PERIODISTAS UTILIZAN UNA GRABADORA DE AUDIO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 5 | Siempre | 2 | 17% |
| | Ocasionalmente | 7 | 58% |
| | Rara vez | 2 | 17% |
| | Nunca | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 16

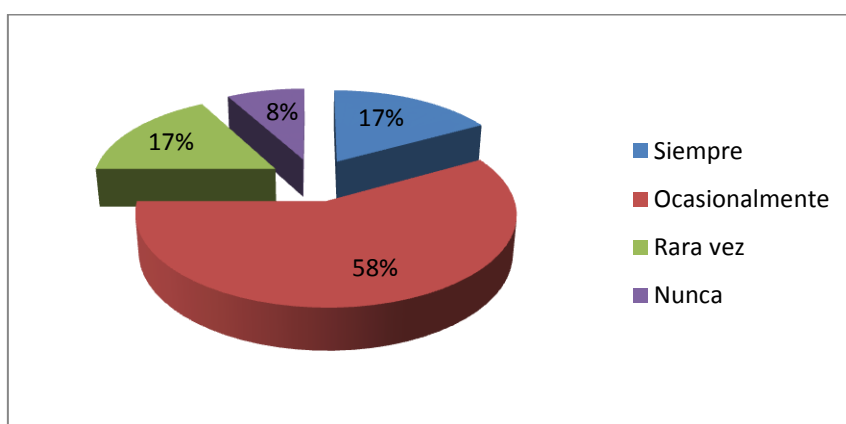


GRAFICO #16

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 16 representado por el gráfico # 16, vemos que el 58% dice que ocasionalmente un periodista usa una grabadora digital, el 17% dice siempre, el otro 17% rara vez, el 8% nunca.

Análisis.- esto describe dicho por los medios de comunicación que la mayoría de los periodistas por ocasiones utilizan una grabadora audio digital.

6. ¿LOS O SUS PERIODISTAS UTILIZAN UNA CÁMARA VIDEO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 6 | Siempre | 4 | 33% |
| | Ocasionalmente | 5 | 42% |
| | Rara vez | 1 | 8% |
| | Nunca | 2 | 17% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 17

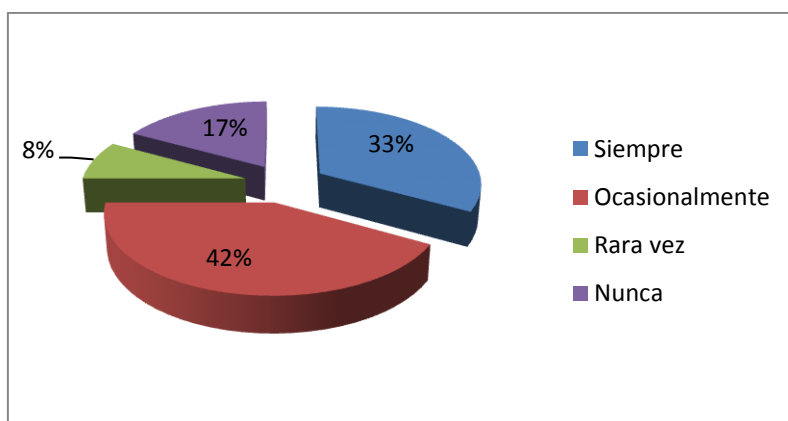


GRAFICO # 17

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 17 representado por el gráfico # 17, vemos que el 42% dice que ocasionalmente utiliza una cámara digital, el 33% dice siempre, el 17% nunca y el 8% rara vez.

Análisis.- los medios de comunicación describen que los periodistas solo ocasionalmente utilizan una cámara digital para su labor diario.

7¿USTED CREE QUE LOS PERIODISTAS LEEN ALGUNOS DIARIOS O PORTALES DE NOTICIAS EN EL INTERNET?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 7 | Siempre | 3 | 17% |
| | Ocasionalmente | 4 | 33% |
| | Rara vez | 4 | 33% |
| | Nunca | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 18

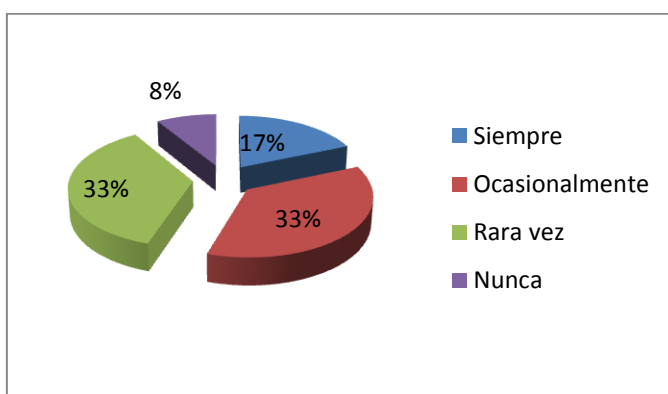


GRAFICO # 18

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 18 representado por el gráfico # 18, vemos que el 33% dice que ocasionalmente leen al igual que el 33% dice rara vez, el 17% siempre y el 8% nunca.

Análisis.- los medios de comunicación dicen que sus periodistas leen ocasionalmente y rara vez: diario, portales de noticias en internet del cual se desarrollan en pasos medianos.

8. ¿SABE QUÉ OBJETIVO DE LECTURA DEBEN UTILIZAR LOS O SUS PERIODISTAS HACIA UN MEDIO DE COMUNICACIÓN?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|--------------|------------|-------------|
| 8 | Informarse | 4 | 33% |
| | Actualizarse | 5 | 42% |
| | Comparar | 2 | 17% |
| | Complementar | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 19

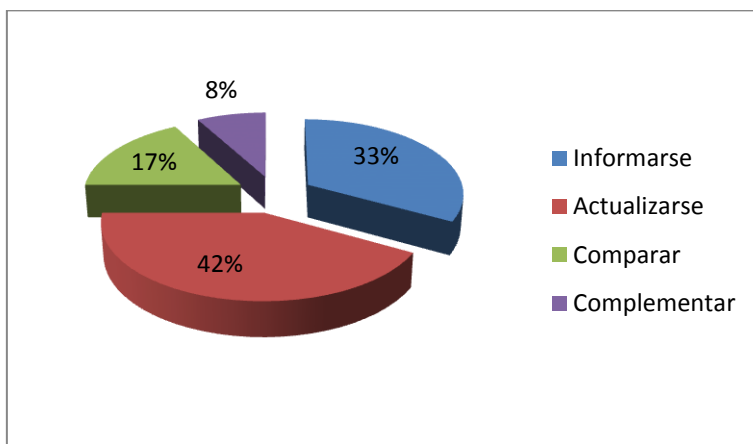


GRAFICO # 19

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 19 representado por el gráfico # 19, vemos que el 42% solo se actualiza a través del internet, el 33% se informa, el 17% compara, el 8% dice que solo se complementa a través del internet.

Análisis.- explica los medios de comunicación que los periodistas la mayor parte solo se actualizan en lectura como objetivo principal.

9. ¿CREE USTED QUE EN LAS UNIVERSIDADES DE BABAHOYO ESPECIALIZACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL DEBERÍA IMPLEMENTARSE LA ASIGNATURA DE PERIODISMO DIGITAL PARA MEJORAR LA FORMACIÓN DEL PERIODISTA Y APOORTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 9 | Si | 11 | 92% |
| | No | 1 | 8% |
| | | 12 | 100% |

CUADRO # 20

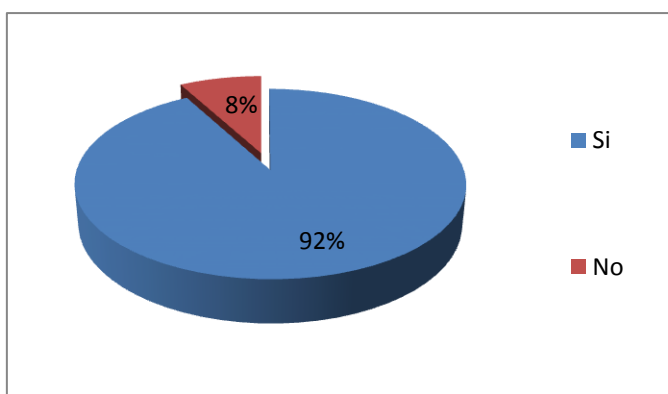


GRAFICO # 20

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 20 representado por el gráfico # 20, el 92% dice que sí y el 8% dice que no.

Análisis.- por lo que podemos notar que los medios de comunicación dicen que si debe integrarse la asignatura de periodismo digital en las universidades de Babahoyo para el desarrollo del periodista a futuro.

ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO

1. ¿USTED CREE QUE LOS PERIODISTAS DE BABAHOYO UTILIZAN HERRAMIENTAS DIGITALES NECESARIAS PARA ELLOS?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| 1 | Si | 49 | 49% |
| | No | 50 | 51% |
| | | 99 | 100% |

CUADRO # 21

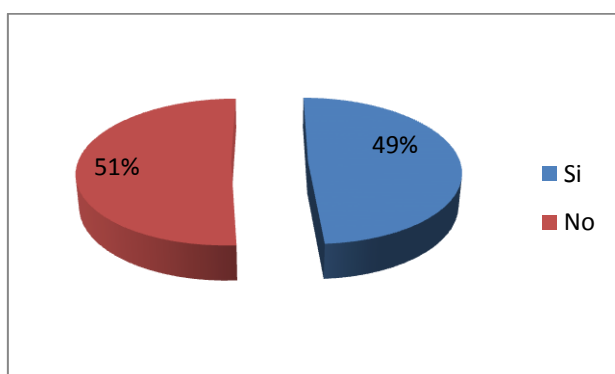


GRAFICO # 21

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 21 representado por el gráfico # 21 vemos que se ha encuestado a 99 públicos de diferentes sexos por lo que se les hicieron 5 preguntas claras y precisas.

Análisis.- Según el público, un 51% dice que sí y el 49% dice que no, esto explica que una parte del público cree que se utiliza herramientas necesarias para el periodismo moderno en Babahoyo.

2. ¿CREE USTED QUE LOS PERIODISTAS UTILIZAN UNA COMPUTADORA A DIARIO?

| | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|------------------|-------------------|-------------|
| 2 | Siempre | 40 | 40% |
| | Ocasionalmente | 40 | 40% |
| | Rara vez | 15 | 15% |
| | Nunca | 4 | 5% |
| | | 99 | 100% |

CUADRO # 22

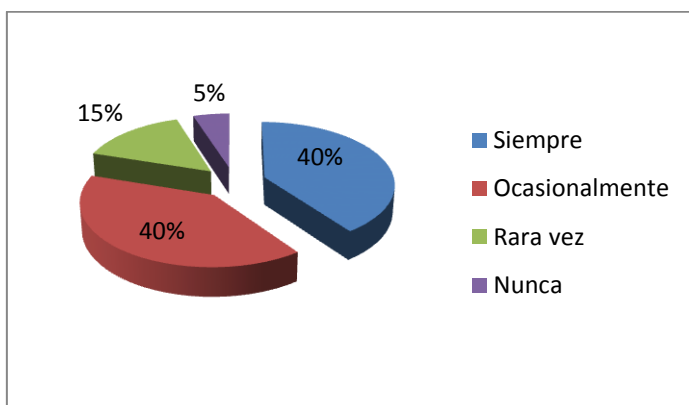


GRAFICO # 22

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 22 representado por el gráfico # 22, el 40% dice siempre, al igual que el otro 40% dice ocasionalmente, el 15% dice rara vez y el 5% dice que nunca

Análisis.- el público dice, en una magnitud dividida que los periodistas siempre y en ocasiones utilizan un computador, por lo que la mayor parte pasan recopilando información en las calles o en el lugar de la información.

3. ¿CREE USTED QUE LOS PERIODISTAS LEEN ALGUNOS DIARIOS O PORTALES DE NOTICIAS EN EL INTERNET?

| | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|----------------|------------|-------------|
| 3 | Siempre | 33 | 33% |
| | Ocasionalmente | 60 | 60% |
| | Rara vez | 5 | 6% |
| | Nunca | 1 | 1% |
| | | 99 | 100% |

CUADRO # 23

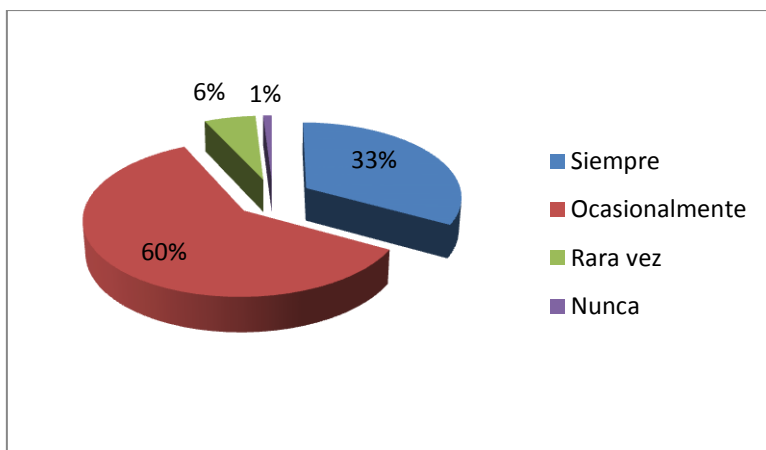


GRAFICO # 23

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 23 representado por el gráfico # 23, el 60% dice ocasionalmente leen diarios o portales de internet, el 33% dice siempre, el 6% dice rara vez y el 1% dice que nunca

Análisis.- por lo que podemos notar que el público dice que los periodistas leen ocasionalmente diarios o portales de noticias en internet.

4. ¿CUÁL DE ESTE OBJETIVO DE LECTURA DEBEN REALIZAR LOS PERIODISTAS AL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|----------|--------------|------------|-------------|
| 4 | Informarse | 40 | 40% |
| | Actualizarse | 50 | 50% |
| | Comparar | 5 | 6% |
| | Complementar | 4 | 4% |
| | | 99 | 100% |

CUADRO # 24

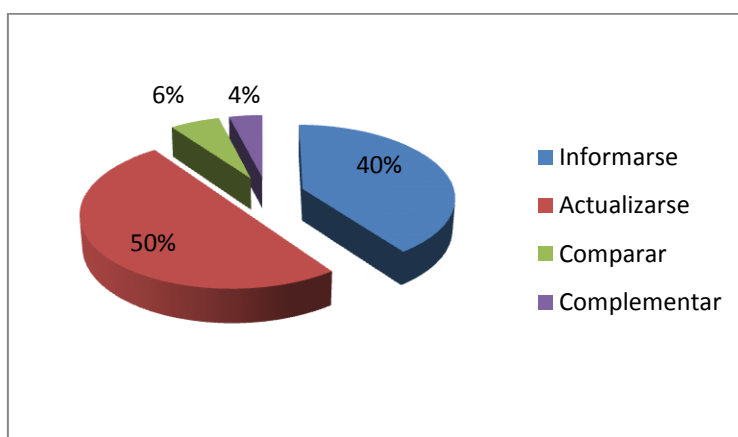


GRAFICO # 24

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 24 representado por el gráfico # 24, el 50% dice actualizarse, el 40% dice informarse, el 6% dice comparar y el 4% complementar.

Análisis.- el público dice que los periodistas tiene el objetivo de actualizarse eso es bueno para un periodista digital pero para ser completo debería optar también la mayor parte por informarse y desarrollar todos sus objetivos.

5. ¿USTED COMO PÚBLICO LE GUSTARÍA QUE LAS UNIVERSIDADES DE BABAHOYO ESPECIALIZACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL INCLUYA LA ASIGNATURA DE PERIODISMO DIGITAL?

| ITEMS | RESPUESTA | FRECUENCIA | % |
|-------|-----------|------------|-------------|
| | Si | 98 | 99% |
| | No | 1 | 1% |
| | | 99 | 100% |

CUADRO # 25

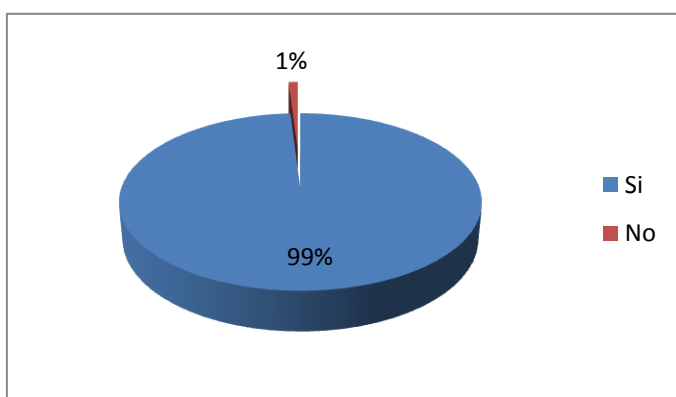


GRAFICO # 25

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuadro # 25 representado por el gráfico # 25, el 99% dice que si le gustaría que incrementen la asignatura y el 1% dice no es necesario.

Análisis.- el público asegura que las universidades deberían implementar la asignatura de periodismo digital para formarse como comunicador digital en esta nueva era de la información.

APÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

En el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente.

1. Los periodistas tiene un problema congestionado de lo que es el periodismo digital, las características basadas de un periodista de Babahoyo no responde a la rapidez que tiene que llevar un periodista moderno, la mayor parte de los medios de comunicación no están influenciados con capacidad digital, cuentan con tecnologías analógicas. Los medio de comunicación adquieren a este tipo de prototipo analógico por la escasa formación académica digital existente en la ciudad, por tanto muy pocos tienen un portal web especializados para movilizar las informaciones hacia los usuarios internautas, esto provoca una inmadurez tecnológica actual.
2. Los medios digitales que existen en países desarrollados están a la vanguardia del día con informaciones por la amplia tecnologías digitales existentes en esos países, mientras que los medios de comunicación de la ciudad de Babahoyo en ocasiones utilizan computadoras para realizar una nota periodística ya sea en un medio escrito, radial o televisivo, de tal manera

que esto no es periodismo digital sino una ayuda aplicativa al trabajo cotidiano de ellos o ellas, mientras los procesos toman forma en ocupación de herramientas tecnológicas.

3. A los periodistas profesionales si se les hubiese designado la materia de periodismo digital como cátedra educativa para su aprendizaje diario, otro hubiese sido la época, en todo caso las igualdades educativas en nuestro país es siempre comprensible, por estar en la periferia como un país en vía de desarrollo.
4. Los objetivos planteados en este trabajo investigativo se han cumplido en su totalidad

4.2 RECOMENDACIONES

En el presente trabajo investigativo se recomienda lo siguiente.

1. Los periodistas deben de tomar conciencia sobre lo que nos proporciona el periodismo digital no como una profesión sino como alternativa tecnológica actual donde el periodista pueda desenvolverse en ella.
2. Los medios de comunicación tienen que poner más atención e invertir más en cuanto a tecnologías existentes, para desarrollar un periodismo moderno

adecuado para televisión, radio y medio escrito e implementar portales web especializados en periodismo digital en cada medio de comunicación

3. Se recomienda incluir cursos sobre las nuevas tecnologías de la comunicación relacionados con el periodismo digital en el pensum académico de las universidades que ofrecen las carreras de Comunicación Social, actualización de las tendencias tecnológicas y dispositivos de acceso a la información. Se recomienda la difusión de este proyecto de tesis para informar sobre el tema de periodismo digital.

CAPITULO V

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

g5.1 LIBROS, DOMUMENTOS E INTERNET

Briggs Mark:

Periodismo 2.0 PDF

http://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Crucianelli Sandra:

Herramientas Digitales para Periodistas PDF

<http://knightcenter.utexas.edu/hdpp.php>

Christian Van Der Henst:

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodigital/>

Fernando Cordero:

Asamblea Constituyente, Constitución del Ecuador

<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>

Jimmy Wales Y Larry Sanger:

Fundación Wikimedia

<http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

Jimmy Wales Y Larry Sanger:

Fundación Wikimedia

<http://es.wikipedia.org/wiki/Babahoyo>

Luis Ramiro Beltrán:

La formación de los periodistas en el siglo XXI

<http://chasqui.comunica.org/content/view/430/124/>

Mercado H. Salvador:

Metodologías de la investigación y métodos y técnicas ¿cómo hacer una tesis?, pág. 64, hecho en México- 1994

Municipio Babahoyo:

Historia Babahoyo:

<http://www.babahoyo.gob.ec/pagina.php?id=1&id1=2&submenuhead>

María Jesús Lamarca Lapuente:

Hipertexto:

<http://www.hipertexto.info/documentos/internet.htm>

Núria Almirón:

<http://www.almiron.org/ejournalism.html>

Profesor. Leiva Zea Francisco:

Nociones de metodologías de investigación científica, tercera edición, pág.
14, método inductivo.

Pavlikm John V. :

El periodismo y los nuevos medios de comunicación

<http://www.elperiodismodigital.org/2011/04/libros-sobre-periodismo-digital/>

Quispe Ortega Lucio Marcelo:

Web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0

<http://www.consultora-devian.net/inicio/noticias/52-de-la-web-10-a-la-web->

40

Samantha Gabriela Bastidas Velásquez:

Babahoyo lindo

<http://blog.espol.edu.ec/sagbasti/informacion-general/historia/>

Stephanie Falla:

Curso periodismo digital: temáticas

<http://stephaniefalla.com/>

Zorrilla A. Santiago & Torres X. Miguel:

Guía para elaborar la tesis: año 2000, bibliografía.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TEMA

El periodismo digital y su influencia en la formación profesional de los periodistas en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos. Periodo lectivo 2011-2012

6.1 TITULO DE PROPUESTA

Talleres, seminarios y foros sobre periodismo digital para la formación de los periodistas de Babahoyo donde se desarrollaran sus conocimientos en los procesos actuales de informar.

6.2 JUSTIFICACION

Las aportaciones de un adecuado análisis y observación de campo que realizamos a los periodistas de la ciudad de Babahoyo se pudo descifrar una desactualización de formación profesional para un periodismo digital de acuerdo con esos motivos presentado en tiempo actuales se precisa justificar la calificación de conocimientos, la reactualización tecnológica que incide negativamente en el desempeño profesional de un periodista, mediante este

problema surge la necesidad del planteamiento de la presente propuesta, con el objetivo de suscitar, determinar, y fortalecer los conocimientos a los periodistas en periodismo digital, que no es más que una radicalización de procesos informáticos desarrollados por el internet y sus aplicaciones.

6.3 OBJETIVOS

6.3.1 OBJETIVO GENERAL

Promover talleres, seminarios y foros de periodismo digital, dirigidos por expertos en herramientas digitales y periodismo digital, a tal punto llegar a formar a los periodistas, medios de comunicación proporcionarles mejor información al público.

6.3.2 ESPECÍFICOS

- ❖ Redactar un reportaje visual sobre lo que es el periodismo digital y sus beneficios.

- ❖ Producir con los medios de comunicación visual un programa televisivo diseñado en forma sketch en tecnologías y sus aplicaciones.

- ❖ Orientar a los periodistas sobre el uso adecuado de las herramientas digitales

6.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Para la problemática como influye el periodismo digital en la formación de los periodistas abarca los perfiles, funciones, aptitudes, el periodismo y los nuevos medios de comunicación. Se realizaran talleres, seminarios, foros de periodismo digital, dirigidos por expertos donde interactuarán con los periodistas, medio de comunicación y el publico observador, a su vez crearan conciencia sobre el periodismo digital, debido que los periodistas es inevitable la llegada de esta nueva era de la información, de los procesos tecnológicos que van avanzando en los medio, de manera que se unificará todo un público que puedan recibir informaciones al instante ahí es donde también aparecen la telefonía móvil que existen en la actualidad que hacen eco en la sociedad que sirve como puente de información.

6.5 PLAN OPERATIVO

| | |
|---------------|---|
| Actividad | Seminario, Video, Diapositiva |
| Metodología | La metodología la definirá la persona que sea contratada para dictar este seminario de capacitación |
| Recurso | Humano: Periodistas, medios de comunicación, estudiantes de periodismo. Materiales: Proyector, videos, manuales impresos. Tecnológicos: Audiovisuales Económicos: Costo del instructor |
| Duración | 12 HORAS |
| Responsable | Investigador y mediador |
| Beneficiarios | Periodistas profesionales. |

CUADRO # 26

TEMAS A TRATAR EN EL PROGRAMA

MODULO 1: CONTEXTOS DE PERIODISMO DIGITAL

Unidad 1: Que es periodismo digital

Unidad 2. Introducción de perfil, aptitud del periodista digital

Unidad 3. Formatos adecuados del periodismo digital.

Unidad 4. Manejo de la información digital de medios.

MODULO 1: WEB 2.0, WEB 3.0

Unidad 1. Maneras de navegar en la red.

Unidad 2. Redes sociales, wikis, blogs, YouTube.

Unidad 3. Las aplicaciones

Unidad 4: Subir y descargar información.

6.6 IMPACTO DE LA PROPUESTA

Mediante esta propuesta se plantea alcanzar un desarrollo social tecnológico en procesos de formación digital adecuado para un periodista de alto nivel, logrando despertar a cada uno de los involucrados la necesidad de relacionarse con las tecnologías digitales, mostrándoles lo elemental que es estar renovado en uso de las TIC, además de mostrarles las diferentes maneras de realizar la capacitación constante utilizando material didáctico y sobre todo utilizando la web.

Un profesional de la carrera de comunicación social debe estar y sentirse competente para afrontar cualquier situación dentro del campo laboral más aun si tiene el compromiso de utilizar diversas herramientas tecnológicas para desempeñar sus funciones diarias, de manera correcta el profesional se sentirá como un verdadero periodista desarrollado en una era moderna.

6.7 METODOLOGIA

Se manejará los siguientes métodos:

Participativo: aprobará que todos los involucrados informen en las actividades que se desarrollarán.

Analítico: Permitirá analizar las deducciones que se logre del mismo.

6.8 RECURSOS

Para la aplicación de esta propuesta se dispondrá de recursos humanos y materiales.

6.8.1 RECURSOS HUMANOS

Especialista es tema de periodismo digital y sus herramientas, dueños de medios de comunicación, periodistas y espectadores que interactuaran con los panelistas a descubrir sus nuevos medios y métodos.

6.8.2 RECURSOS MATERIALES

Videos, reportajes escritos en folletos, trípticos sobre el periodismo digital, que serán repartidos al público y a los periodistas de la ciudad, publicidad en los medios de comunicación anunciando el foro lugar, día y fecha. Además se

utilizará como sede el Colegio de Periodistas de los Ríos, en la cual haremos uso de computadora, proyector de imagen, pizarra y marcadores.

6.8.3 RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS

Responsable: Luis Geovanny Toapanta Toapanta

| RECURSO MATERIALES | RECURSOS FINANCIEROS |
|---------------------------|-----------------------------|
| Folletos | \$ 20,00 |
| Trípticos | \$ 65,00 |
| CD con video tutoriales | \$ 45,00 |
| Proyector | \$ 25,00 |
| Localidad | \$ 50,00 |
| Publicidad en medios | \$ 200,00 |
| Pago a facilitador | \$ 200,00 |
| Refrigerios | \$ 70,00 |
| TOTAL | \$ 665,00 |

Cuadro # 27

Financiamiento: El costo del presente proyecto se realizara con recursos económicos de mi familia.

2.9 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

| Cronograma de actividades | Agosto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Sep |
|---|--------|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|---|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 25 | 1 | | |
| Presentación de la propuesta | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planificación de los talleres | | X | X | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Contratar a los facilitadores | | | | X | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusión de los talleres | | | | | X | X | X | | | | | | | | | | | | | |
| Invitar al personal al evento | | | | | | | X | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| Adecuación del lugar | | | | | | | | | | | | | X | | | | | | | |
| 1. Primer taller | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | | |
| Elaboración de certificados | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 2. Segundo taller | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| Entrega de certificados y clausura del evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |

CUADRO # 28