



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL
MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019.**

AUTOR:

JAZMINA MARILYN SALAVARRIA NAPA

TUTOR:

Lcda. PATRICIA YAJAIRA JADAN SOLÍS, MSc

QUEVEDO – LOS RÍOS - ECUADOR
2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis adres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertimos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres.

A mis hermanas(os) por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme en la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a los docentes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, al tutor de mi proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los habitantes de la comunidad de Quevedo por su valioso aporte para para la investigación.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **JAZMINA MARILYN SALAVARRIA NAPA**, portadora de la cédula de ciudadanía **120527859-9** en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO
DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

JAZMINA MARILYN SALAVARRIA NAPA
CL. 120527859-9



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Quevedo, 15 de Abril del 2019

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, certifico que el Srta. **Jazmina Marilyn Salavarría Napa**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO
DIGITAL ALDIA.COM.EC. 2019**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

LCDA. JADAN SÓLIS PATRÍCIA YAJAIRA MSC.
DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019.

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: JAZMINA MARILYN
SALAVARRIA NAPA,

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

nueve punto quince (9.15)

EQUIVALENTE A:

Sobresaliente

TRIBUNAL:

MSC. SALOME SANCHEZ GÓMEZ
DELEGADA DE LA DECANA

MSC. HELEN CARRANZA PATIÑO
PROFESORA ESPECIALISTA

MSC. CLEOPATRA MACKENCIA.
DELEGADA DEL CIDE

AB. ISELA BERMEJO MOSQUERA
SECRETARÍA GENERAL
FAC. CC. JJ. SS. EY



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Quevedo, 12 de Abril del 2019

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES
 EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación de la Srta. **Jazmina Marilyn Salavarría Napa**, cuyo tema es: **LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC. 2019**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **1%**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the Urkund interface with the following details:

- Document:** TESIS Informe final Marilyn Salavarría Napa 050561200
- Presentado:** 2019-04-11 21:20 -45:20
- Presentado por:** jazminaly096@gmail.com
- Recibido:** jpaden.uda@analizo.orkund.com
- Mensaje:** Informe final Marilyn Salavarría [Ver el mensaje completo](#)
- Resultados:** 1% de estos 24 párrafos se componen de texto presente en 2 fuentes.
- Lista de fuentes:**

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://portal.ec.1103735/informe-final-de-quevedo-de-investigacion.html
	http://dpsca.uta.edu.ec/bitstream/200042101/4/10-PL-05-2008A-00001.pdf
	Fuentes alternativas
	Fuentes no usadas

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

LCDA. JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA MSC.
DOCENTE DE LA FCJSE.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	xii
PALABRAS CLAVES.....	xii
I. SUMMARY.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
II. CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
2.1 IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.2 MARCO CONTEXTUAL.....	3
2.2.1 Contexto Internacional.....	3
2.2.2 Contexto Nacional.....	4
2.2.3 Contexto Local.....	6
2.2.4 Contexto Institucional.....	7
2.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	7
2.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
2.4.1 Problema general.....	9
2.4.2 Subproblemas o derivado.....	9
2.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.6 JUSTIFICACIÓN.....	11
2.7 OBJETIVOS.....	12
2.7.1 OBJETIVO GENERAL.....	12
2.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
III. CAPITULO II.....	13
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	13
3.1 MARCO TEÓRICO.....	13
3.1.1 Marco conceptual.....	13
3.1.1.1 Medios digitales.....	13
3.1.1.2 Los Medios de Comunicación en Internet.....	14

3.1.1.3	Periódicos Digitales	15
3.1.1.4	Ediciones digitales: origen y desarrollo	18
3.1.1.5	Dimensión Comunicativa de los Medios Digitales	20
3.1.1.6	Redactar para Internet	26
3.1.1.7	Definición de las estrategias de comunicación	33
3.1.2	MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INV 35	
3.1.2.1	Antecedentes investigativos.	35
3.1.2.2	Categoría de análisis.	36
3.1.3	Postura Teórica.	38
3.2	HIPÓTESIS.	39
3.2.1	Hipótesis General.	39
3.2.2	Subhipótesis o derivadas.	39
3.2.3	Variables.	39
IV.	CAPITULO III	40
	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
4.1	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
4.1.1	Pruebas estadísticas aplicadas.	40
4.1.2	Análisis e interpretación de datos	42
4.2	CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS	51
4.2.1	Específicas	51
4.2.2	General	51
4.3	RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS	52
4.3.1	Específicas	52
4.3.2	General.	52
	CAPITULO IV	53
V.	PROPUESTA DE APLICACIÓN	53
5.1	Propuesta de aplicación de resultados	53
5.1.1	Alternativa obtenida	53
5.1.2	Alcance de la alternativa	53
5.1.3	Aspectos básicos de la alternativa	54
5.1.3.1	Antecedentes	54
5.1.3.2	Justificación	54
5.2	Objetivos	55
5.2.1	General	55
5.2.2	Específicos	55

5.3	Estructura general de la propuesta.....	56
5.3.1	Título	56
5.3.2	Componentes	56
VI.	SECCIÓN 1. REDACCIÓN Y ESTILO DIGITAL EN EL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC	60
1.1.	PALABRAS QUE NO FUNCIONAN PARA INICIAR TÍTULOS	61
1.1.1.	USO DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA	62
1.1.2.	REDUNDANCIAS.	64
1.2.	CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB	65
1.2.1.	Escritura digital, usabilidad y hábitos de lectura.....	66
1.2.2.	¿Cómo son y qué buscan nuestros lectores en la Web?	68
1.3.	EL LENGUAJE PERIODÍSTICO DE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA PARA EL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC	70
1.4.	SUGERENCIAS PARA LOS TEXTOS EN LA WEB	70
1.4.1.	Hipervínculos, vínculos y enlaces	73
	SECCIÓN 2: SUGERENCIAS PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR MENSAJES EN LAS REDES SOCIALES	75
2.1.	POLÍTICAS PARA REDES SOCIALES	75
2.1.1.	10 puntos clave para estar en las redes sociales	76
2.2.	CONDUCTA PERSONAL DENTRO DE LAS REDES SOCIALES ..	77
2.3.	PAUTAS BÁSICAS DE REDACCIÓN PARA REDES SOCIALES...	78
6.1	Resultados esperados de la alternativa.	83
VII.	BIBLIOGRAFÍA.....	84
	ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

CUADRO	PÁGINA
Cuadro 1. Distribución de la población a investigarse.....	40
Cuadro 2. Muestra a la que se le aplicaran las pruebas estadísticas.....	41
Cuadro 3. Conocimiento Sobre el medio Aldia.com.ec.	42
Cuadro 4. Plataforma de acceso al medio.	43
Cuadro 5. Numero de accesos al día.	44
Cuadro 6. Opción que no agrada del medio.	45
Cuadro 7. Credibilidad del medio digital.	46
Cuadro 8. Claridad y Fácil entendimiento de las noticias.....	47
Cuadro 9. Tipo de información más publicada.	48
Cuadro 10. Opinión sobre mejora de redacción periodística.	49
Cuadro 11. Entrevista a Representante del Medio.	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	PÁGINA
Gráfico 1. Conocimiento Sobre el medio Aldia.com.ec.	42
Gráfico 2. Plataforma de acceso al medio.	43
Gráfico 3. Numero de accesos al día.	44
Gráfico 4. Opción que no agrada del medio.	45
Gráfico 5. Credibilidad del medio digital.	46
Gráfico 1. Claridad y Fácil entendimiento de las noticias.	47
Gráfico 7. Tipo de información más publicada.	48
Gráfico 8. Opinión sobre mejora de redacción periodística.	49
Gráfico 9. Portada de la Guía comunicacional para redacción periodística digital en el medio ALDia.com.ec.	57



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

Esta investigación se enfocó en determinar la Redacción periodística en el medio digital AIDia.com.ec, mediante encuestas aplicadas a los usuarios del medio y una entrevista al medio del medio. Se determinó que el estilo periodismo utilizado por el medio digital Aldia.com.ec es un estilo informativo/noticioso ya que presenta los hechos suscitados mediante la presentación inmediata de noticias y reportajes por medio de las plataformas digitales y redes sociales, según sus usuarios el tipo de contenido de mayor presencia es la crónica y del tipo político.

Se pudo concluir que El medio digital AIDia.com.ec presenta debilidades respecto en la redacción periodística ya que un significativo porcentaje de los encuestados afirmo que le falta claridad y desenvolviendo a la hora de publicar sus noticias. Para solucionar la problemática se desarrolló una guía comunicacional de redacción digital para el medio digital AIDia.com.ec. para perfeccionar la producción informativa y mantener su presencia como el medio digital más importante del Cantón Quevedo.

PALABRAS CLAVES

Redacción
Comunicación
Información
Medios de Comunicación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



SUMMARY

This research focused on determining journalistic writing in the digital media AIDia.com.ecc, through surveys applied to the users of the medium and an interview with the media. It was determined that the style of journalism used by the digital media Aldia.com.ec is an informative / news style since it presents the facts raised through the immediate presentation of news and reports through digital platforms and social networks, according to its users. The type of content with the greatest presence is the chronic and the political type.

It could be concluded that the digital media AIDia.com.ec has weaknesses in journalistic writing because a significant percentage of respondents said that they lack clarity and unwilling to publish their news. To solve the problem, a digital editorial communication guide was developed for the digital media AIDia.com.ec. to improve the production of information and maintain its presence as the most important digital medium of the Quevedo Canton.

KEYWORDS

Drafting
Communication
information
Media

INTRODUCCIÓN

Durante más de dos décadas hemos sido testigos del tránsito de comunicaciones en papel a la Web. Ni los medios de comunicación ni el público son los mismos: las exigencias y necesidades han cambiado y seguirán haciéndolo. Dado este escenario, el contenido periodístico debe ser procesado y presentado de tal manera que responda a las exigencias informativas y analíticas exigidas por el público.

Tradicionalmente, los medios impresos han condensado sus criterios para escribir y presentar contenido en forma de manuales de estilo, cuyos formatos eran duraderos, con ligeras modificaciones en sus reediciones periódicas. Ahora, en la era digital y el auge de los medios digitales, hay muchas preguntas e ideas que surgen al contestar la pregunta: ¿Cuál es la mejor manera de presentar contenido web en el siglo XXI y hacer uso de ella? de las nuevas tecnologías? No somos los primeros en hacernos esta pregunta. Desde el comienzo de la era digital-incluso antes-teóricos de la comunicación, como los profesores españoles Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, autores del manual de redacción periodística (2004), han expuesto posibilidades y visiones, con el fin de ofrecer nuevos criterios que se ajustan a esta era de procesamiento de información acelerado y de ritmo rápido.

En pocos años, se han producido fenómenos como la migración de medios impresos a la web y, más interesante, el nacimiento de medios digitales nativos que todavía están desarrollando su propio lenguaje y estableciendo plataformas mutantes para el diseño de información los cuales siguen construyendo parámetros distintivos. Además, las mutaciones han implicado nuevas formas de organización de las salas de redacción y el ejercicio de la profesión. En este sentido, este trabajo de investigación busca una noción de lo que debe ser una redacción periodística correcta y completa para el medio digital al Día.com.ec de acuerdo con los cambios que ha traído la llegada del periodismo digital.

El presente informe del proyecto de investigación presenta la siguiente estructura que ayudara a detallar la línea de investigación a desarrollar en el proyecto:

Capítulo I.-Se describe la idea de la investigación, en el marco contextual, el contexto internacional, nacional, local e institucional, la situación problemática, el planteamiento del problema, problema general, Subproblemas o derivados, delimitación de la investigación, justificación, objetivo general y sus correspondientes específicos.

Capítulo II.- Marco teórico, marco conceptual, marco referencial sobre la problemática de la investigación, antecedentes investigativos, categoría de análisis, Se indagará en las teorías de otros autores, para apoyar el argumento de la investigación, definición de la hipótesis general y subhipótesis, en cuanto también las variables de investigación.

Capítulo III.- Metodología de investigación, Modalidad de investigación, Tipo de investigación, Métodos, técnicas e instrumentos, métodos; población y muestra de investigación; por ultimo detallamos el presupuesto, cronograma del proyecto y bibliografía.

Capitulo IV.- Se define la propuesta como solución a la problemática de la investigación, alcance de la alternativa, los objetivos, componentes y los resultados esperados de la alternativa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

2.1 IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

La redacción periodística y su incidencia en el medio digital AlDia.com.ec. 2019.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 Contexto Internacional.

Luego de algunas vivencias anteriores en redes y servicios digitales privados, 1994 marcó el punto de partida para los cibermedios en la web pública mundial cuando los conglomerados de medios volvieron sus ojos a la red de redes.

Al inicio de 1995, uno de los enormes instrumentos sociales para informar y comunicar The Washington Artículo (Washingtonpost.com) dio sus primeros pasos en Internet. Para su versión electrónica la compañía fue Digital Ink, que gestionaba y desarrollaba servicios de información electrónica, accesibles en Internet. En el final de 1996, el sitio atrae a varios internautas del extranjero que encuentran la primera información de novedades en Internet.

En España, además se detallan los primeros pasos en Internet, con la participación en la marcha Infovía de la empresa telefónica. "Dos periódicos prueban sus ediciones informáticas" fue el titular del periódico el país, con fecha del 7 de noviembre de 1994.

A lo largo de los primeros años, los cibermedios experimentaron un avance increíble, tanto desde un criterio cuantitativo como cualitativo. Su número a nivel

mundial millones, seguramente millones, inclusive. Sólo en España, en 2005, un grupo de estudiosos universitarios llegó a censar bastante más de 1.274 "cibermedios" (60%) de información general y 513 (40%) de información enfocada. Pasó poco tiempo desde que los cibermedios han alcanzado una enorme masa, a un punto que 79% de los periódicos en el planeta y tiene ediciones electrónicas (Fernández-Fígares, 2009).

Con el propósito de los instrumentos sociales para informar y comunicar de llegar a la más grande proporción de individuos probables. No existe duda de que los medios digitales son indispensables en esta temporada, pero esto no supone que su enorme apogeo haya sido alcanzado, por el opuesto, los cibermedios están en un estado de avance persistente y con más grande adopción por los individuos.

La experimentación en estos medios es el orden del día, porque no hay formatos que se logren usar y que no estén establecidos.

Por medio de las novedosas tecnologías, los medios digitales, hicieron viable comunicar información en numerosos formatos: audio, vídeo, texto y foto, aunque estas en su forma matricial son la radio, los periódicos o la tv. Este nuevo grupo de medios se transforma en un atrayente objeto de estudio, por lo cual es considerable saber quiénes son, cómo trabajan y cómo se relacionan con sus individuos.

2.2.2 Contexto Nacional.

La creciente facilidad y acceso del internet enlazado con el rápido acogimiento de novedosas tecnologías en el Ecuador han modificado varios puntos de la vida diaria. La comunicación, la diversión, pero, más que nada, el ingreso a la información son puntos que han sufrido indispensables ediciones.

Pero Ecuador además vive su apogeo de los medios digitales nativos. En los tiempos recientes, estos instrumentos sociales para informar y comunicar hacen relevancia en un contexto en el que los medios habituales están dando paso cada vez más a las limitaciones de la ley de comunicaciones. Algunos ejemplos: las indagaciones de la revista plan V; los reportes diarios de Wambraradio de los 11 días de la marcha indígena en su sendero a Quito en 2015; el terremoto del 16 de abril de 2016 o el desafortunado hecho del secuestro y posterior asesinato de los periodistas del periódico El Comercio en 2018.

Hasta 2015 precisamente hay 60 medios de esta clase, según un mapeo llevado a cabo por Fundamedios. De sus resultados se entiende que en el país el periodismo se ejecuta en Internet desde las 4 zonas del país, con un equipamiento mínimo o una docena, con elementos y deudas ajustados, pero con esfuerzos extraordinarios: bastante más de uno pasó por la tentación para cerrarla.

De hecho, en los años anteriores desaparecieron numerosas ideas. En 2012, en el "mapa de medios digitales de Ecuador" anunciado por CIESPAL, se dieron a conocer 34 medios digitales originarios, de los cuales sólo 15 siguen siendo válidos. Las radios digitales son el grupo con superiores ausencias: de los 14 que ya están en 2012, hoy sólo uno de ellos está en el aire (Radio Turismo Ecuador).

Pero de la misma manera que ciertas ideas dejan de existir, otros se muestran en todo el sendero. De acuerdo con el estudio Fundamedios, 2010 marca un profundo cambio en el avance de estos medios, en sintonía con el más grande avance tecnológico y el avance de las telecomunicaciones en el país. Sólo este año había 10 portales de contenido (7 novedades y opinión), cuando la inclinación en años pasados era uno o dos sitios por año.

Los medios digitales originarios representan el 7.96% (93) de los medios totales en el país, que según cantidades oficiales son 1.169 entre privado, público y comunitario. De estos, el 68% de los medios originarios digitales se ubican en Quito y Guayaquil. Ahí se instalan los sitios con más grande presencia e impacto:

la República, plan V, Gkillcity, Ecuadorinmediato, Ecuador viven y otros medios que están ganando fuerza como la barra espaciadora, mil hojas, enfoque, historia, etc.

Pero hay localidades como Puyo, Latacunga, Chone, Quevedo, Riobamba, Celica, Rocafuerte, Loja, Macas y Babahoyo que tienen una compañía periodística digital, los importantes esfuerzos de los medios perfeccionados o radios online para reportar son además extraños. Con lo previo, observamos que los medios digitales originarios en Ecuador tienen baja prevalencia gracias a su reciente aparición en el medio ámbito ecuatoriano. Con esta exploración buscamos detectar los medios digitales de Ecuador en Internet, llevar a cabo un corto diagnóstico de su presencia en el planeta virtual, saber la utilización y administración de redes o redes sociales, y detallar el nivel de hipertextualidad, multimedia e Interactividad.

2.2.3 Contexto Local.

En el cantón Quevedo de la provincia de los Ríos los medios digitales de mayor prevalencia son los medios impresos que han complementado sus ediciones con contenidos en las plataformas Web, como diario El Río y diario La Hora (regional Los Ríos), los diarios mencionados al pertenecer a grupos periodísticos de gran alcance cuentan con una edición impresa y por lo cual cuentan con lineamientos y estrategias definidas a seguir como son los manuales de estilos y redacción por lo tanto muy pocas ocasiones presentan errores en sus ediciones digitales.

El medio digital AIDia.com.ec es el único medio digital nativo registrado legalmente en el cantón Quevedo según el Registro Público de Medios 2018 de la CORDICOM. Al ser nativo de la plataforma web, es decir que solo se transmite su contenido noticioso por este medio y así mismo por su condición de medio de comunicación independiente y comunitario, no posee lineamientos y estrategias

de redacción que impidan cometer errores en sus publicaciones sobre todo en relación al estilo periodístico y unificación de contenido informativo.

2.2.4 Contexto Institucional.

ALDIA.com.ec se denomina como un medio independiente de la provincia de Los Ríos, con cobertura en los 13 cantones y 17 parroquias. ALDIA.com.ec, es un periódico digital comunitario, por lo que sus páginas tendrán diferentes corrientes ideológicas. La mayoría de nuestros periodistas son la propia comunidad, con el derecho a usar la libertad de expresión, pueden reportar o reportar hechos que hacen noticias. (AIDía.com.ec, 2017)

El medio digital ALDIA.com.ec expresan en su código deontológico que "es un periódico virtual independiente, cuya misión principal es informar sobre eventos en la ciudad, el país y el mundo, de manera oportuna, imparcial, veraz, con la mayor honestidad intelectual, y también proporcionar opinión, entretenimiento y servicios" (AIDía.com.ec, 2017)

Lo anterior tiene una baja probabilidad de cumplimiento, ya que este medio no tiene las pautas necesarias para la redacción periodística digital, ni los lineamientos necesarios para evitar errores de redacción y desinformación cuando no verifica la información que difunde.

2.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

Las nuevas tecnologías y las plataformas Web revolucionaron el periodismo y lo reformaron en el siglo XXI. El paso de la hoja escrita al monitor de comentarios ha significado más que cambio básico de formato o soporte, y las transiciones continúan ocurriendo. Esto se ha demostrado tanto mediante el uso de las redes sociales para la difusión de noticias informativas en los últimos cinco años, como por la integración de medios audiovisuales o escritos antiguos, en un

ambiente de mayor retroalimentación con el público y que promueve la interactividad con los medios de comunicación. Contenido y presentación en múltiples formatos.

Hoy en día, no solo los principales medios del mundo consideran que su edición virtual es esencial e incomparable a su edición impresa, sino que ya existen numerosos y prestigiosos medios que solo existen en el código binario, y esto tiene sus consecuencias en la forma de Hacer el periodismo y El tipo de producto que ofrecen.

Los medios se han vuelto más complejos, existe la necesidad de que los medios digitales comprendan cómo transmitir sus contenidos de manera efectiva y cómo desarrollar una identidad transversal para las variadas plataformas en las que se localizan. Sobre todo, cuando la plataforma ha ampliado la gama de editores y participantes en procesos de medios digitales, desde diversas áreas de conocimiento popular y académico. Hoy, tanto como ayer, necesitamos estandarizar el lenguaje, comprendiéndolos como el sistema de signos que nos permite relacionarnos y expresarnos, entendernos unos a otros. Sucede que ahora gestionamos un lenguaje digital, que se presenta con nuevos códigos de comunicación y desafíos.

Las habilidades técnicas y periodísticas exigidas por los ahora denominados nativos de la Web requieren una reflexión y automatización que está en curso. Los patrones de uso y estilo que se conciben contemplan una nueva forma de práctica periodística y cómo publicar contenidos en la plataforma digital, ajustados a esta nueva lengua dinámica del mundo virtual que se transforma con la comunicación entre los usuarios. No podemos permitirnos perder de vista el hecho de que la profesión del periodismo ha cambiado en cada uno de sus procesos: cómo se recopila, cómo analizar, verificar y difundir información.

El medio digital AIDia.com.ec ha tomado ventaja a los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Quevedo, ya que por su inmediatez

resulta atrayente para los usuarios de las plataformas Web, especialmente en las redes sociales en donde su presencia es de mayor relevancia. Pero al mismo tiempo debido a la ausencia de lineamientos, estandarización y directrices llevan a este medio con frecuencia a cometer errores de redacción y estilos periodísticos los cuales llevan al desprestigio e inexactitud de veracidad noticiosa, tanto del medio como del periodista.

Por lo que la investigación planteada sobre la redacción periodística y su incidencia en el medio digital al dia.com.ec. será de gran importancia para analizar los mecanismos de seguridad de redacción periodística que utilizan el medio Aldia.com.ec y de esta forma contribuir a la correcta difusión de noticias por medios digitales.

2.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

2.4.1 Problema general.

¿Cómo incide la redacción periodística en el Medio Digital Aldia.com.ec?

2.4.2 Subproblemas o derivado.

- ¿Cómo afecta el estilo de redacción periodística utilizado por el Medio digital AIDia.com.ec en la publicación de contenido noticioso?
- ¿Cuáles son las debilidades presentes en la redacción de las notas periodísticas del medio digital AIDia.com.ec?
- ¿Cómo una guía comunicacional adaptada al medio digital AIDia.com.ec potencia la producción informativa del medio?

2.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El presente trabajo de investigación se efectuará en el medio digital ALDia.com.ec, ubicado en Av. Vía Valencia a 2 cuadras del banco Pichincha 502 diagonal Gasolinera Klyan del cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.

Área: Comunicación Social.

Campo: Comunicación.

Línea de investigación de la universidad: Educación y desarrollo social.

Línea de investigación de la facultad: Talento humano educación y docencia.

Línea de investigación de la carrera: Lenguaje, comunicación y estilos periodísticos.

Sub-Línea de investigación: Redacción Periodística.

Delimitador temporal: Esta investigación se efectuará en el año 2019.

Delimitador demográfico: Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los periodistas y usuarios medio digital ALDia.com.ec.

2.6 JUSTIFICACIÓN

Actualmente el impacto de la era digital ha obligado al sistema de comunicación a transformarse, a mejorar y a facilitar la información utilización las tecnologías para comunicar dicha investigación. Diversos medios de comunicación digitales utilizan este medio para publicar sus informaciones, pero al momento de redactar no utilizan las reglas ortográficas.

En consecuencia, es necesario generar un marco conceptual consensual sobre la redacción en el medio digital, entre los profesionales del periodismo, los investigadores y los docentes; para establecer las bases de una escritura cibernético-periodística; y así, capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en función de las exigencias que introducen las nuevas tecnologías de la comunicación; la casi inexistencia de manuales editoriales y libros periodísticos en uso dentro de las oficinas editoriales de los medios digitales actuales, o la inminente adaptación de los planes curriculares de las universidades que imparten estudios sobre comunicación, son algunos de los razones que justifican el desarrollo de esta investigación, aportará pautas y lineamientos del periodismo digital en términos de tratamiento de las noticias, generación de contenidos y prácticas periodísticas.

Este proyecto tiene como finalidad determinar el proceso de redacción de una noticia en el Medio Digital Aldia.com.ec y cuales cuáles son sus estrategias contra el error ortográfico cuando se publica en la plataforma digital. Esta investigación aportara nuevo conocimiento a los profesionales y futuros profesionales que se especialicen en el periodismo digital ya que se presentarán causas, consecuencias y estrategias efectivas en contra de los errores ortográficos en la presentación de noticias en las plataformas digitales.

2.7 OBJETIVOS

2.7.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia de la redacción periodística en el Medio Digital Aldia.com.ec.

2.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los estilos de redacción periodística utilizados por el Medio digital AIDia.com.ec en la divulgación de su contenido informativo.
- Diagnosticar las debilidades presentes en la redacción periodística en el medio del medio digital AIDia.com.ec.
- Desarrollar una guía comunicacional adaptada al medio digital AIDia.com.ec. para perfeccionar la producción informativa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

3.1 MARCO TEÓRICO

3.1.1 Marco conceptual

3.1.1.1 Medios digitales.

La idea de los medios de comunicación ha avanzado después de algún tiempo; El surgimiento de nuevos materiales y la mejora de los nuevos sistemas han hecho posible que los medios existentes cambien y potencien el ascenso de otros.

Con la aparición de internet, el mundo se ha convertido en una ciudad mundial en la que un gran número de individuos viven asociados por un sistema de ondas y satélites en el que los aparatos para interconectar individuos están disponibles a través del escenario de Internet.

Como dice Castells: "Internet no es sólo una innovación: es un método de comunicación y establece el marco material de una sólida estructura autorizada: el sistema. En estos lados opuestos, Internet se convirtió en la parte vital del tipo de desarrollos sociales que están subiendo en la sociedad del sistema. (Pose, 2001)

Internet, como componente mecánico, tiene mediciones y sugerencias sociales que mediatiza y añade a los cambios sociales de este tiempo, creando cambios poco comunes en el ojo público. Para Pablo Navarro "el ascenso del" sistema de redes no sólo infiere un malestar conspicuo en la administración de datos, pero además una reconfiguración del método para impartir y en este camino de las relaciones humanas (Navarro, 2000).

Nadie imaginó que Internet se transformaría en un método crucial para la comunicación, con la capacidad de hacer conexiones sincrónicas con personas que están lejos en el espacio.

Hoy, los principales ejercicios sociales, políticos, monetarios y sociales de todo el mundo se organizan a través de Internet. Los individuos consistentemente abordan más datos de una manera más rápida, menos costosa y progresivamente efectiva. La comunicación y la asociación con otras personas es uno de los requisitos que Internet ha venido a alentar, cada día se amplían los aparatos y las administraciones que permiten que las personas se interconectan progresivamente. Positivamente, este nuevo medio que se llena como fuente para construir contacto con diferentes personas se ha convertido en una situación virtual de comunicación social.

3.1.1.2 Los Medios de Comunicación en Internet

Internet es una ayuda que le da la posibilidad de obtener información exacta desde cualquier punto y en cualquier lugar del planeta de inmediato. Es una interacción ventajosa de diferentes medios, ya que se une a un estilo como la prensa (contenido con imágenes) con sonidos y grabaciones. También ofrece la posibilidad de tener la capacidad de asociarse con otras personas de forma continua, convirtiéndose en una etapa para la comunicación masiva.

Navarro sostiene que "Internet no es sólo un sistema de redes; También es un medio de comunicación, una extraordinaria ruta verde de datos que se está convirtiendo en el genuino lomo de la comunicación mundial. En esa interestatal puede circular una amplia gama de mensajes indefensos a la digitalización: contenido, imágenes (estática y en movimiento), sonidos... Esta es la razón por la que Internet parece estar obligado a ser, en una medida cada vez mayor, la red, pero además el medium, un medio multimodal apto para incluir una amplia gama de configuraciones abiertas. (Navarro, 2000)

El humanista español, José Luis de Zárraga nos revela que " los medios convencionales (impresión, radio y televisión) no descubren el desafío de un ' nuevo medio ', pero abren la probabilidad de tener un ' nuevo canal ' para la información de difu. La prensa electrónica será de prensa y la radio en línea será la radio, a pesar del hecho de que en un stand y a través de un canal de difusión alternativo ". (Zárraga, 2009).

La estimación entre la innovación y la comunicación amplia construye otro modelo monetario, remunerado y social que sugiere el desarrollo de nuevas empresas, perfiles profesionales y modelos financieros hasta ahora oscuros. Muestra una exhibición donde aumentan los resultados informativos potenciales y hay una fractura y división de la sustancia. Esta nueva escena informativa deduce otro perfil de cliente cada vez más dinámico, al igual que una estructura beneficiosa con nuevos perfiles profesionales. (Jordar, 2010).

Albornoz dice que "el avance de la Internet está reescribiendo a los operadores que la demostración en el campo de la creación social y útil. La introducción de la sustancia digital en Internet permite la utilización de una innovación típica para cada media regular" (Albornoz, 2006).

Hay posturas contrapuestas sobre si Internet es otro medio u otra estación de datos, en toda realidad contiene lo normal para los medios de comunicación consuetudinarios, por ejemplo, radio, papeles, TV. Al igual que los nuevos aparatos de comunicación, incluyendo revistas en línea, grabaciones digitales, organizaciones informales, microblogging, wikis y otros servicios parecidos.

3.1.1.3 Periódicos Digitales

El periódico digital ha recibido varias denominaciones: periódico electrónico (Díaz Noci y Messo, 1996), informativo electrónico (Díaz Noci, 1996), periódico cibernético (Álvarez Marcos, 1995), prensa online (Cabrera,

2000), diario digital (Canga Laregui), sitio de noticias online (Salaverría 2001), diario en internet, ciberperiódico, etc.

Cuadro 1. Cuadro definiciones periodismo digital

Nombre	Adjetivo	Comentarios
Periodismo	electrónico	Es la denominación más popular y conocida. Sin embargo, nos es muy aplicable fuera de las fronteras españolas.
Periodismo	digital	Presenta problemas ya que el calificativo de "digital" es igualmente aplicable al periodismo que se hace por televisión y radio digital.
Periodismo	en línea	Se trata de la traducción del inglés (<i>on-line journalism</i> , <i>on-line journalism</i> o <i>on line journalism</i>) que el autor considera poco apropiada.
Periodismo	en Internet	Incluye una referencia directa a la red de redes que es la red telemática más conocida, pero no la única.
Periodismo	del ciberespacio	El autor la considera como una denominación muy poco utilizada.
Ciberperiodismo		El autor considera que, de momento, es una denominación muy poco extendida.
Periodismo	telemático	El autor la tilda de "muy pedante y poco usada".
Periodismo	electrónico multimedia interactivo	Aunque esta denominación incluye tres características que permiten definir mejor esta nueva forma de "periodismo", resulta demasiado extensa y, por ende, muy poco funcional.

Fuente: Manual de Redacción Ciberperiodística (Díaz & Salaverría, 2004)

Esta investigación idealmente utilizará el término papel digital (particularmente para aludir a las personas que provienen de una variante impresa) y, como ideas progresivamente amplias, sitio web de noticias y medios de comunicación en línea (o Ciberperiódico).

El sustantivo periódico ha sido censurado por ciertos creadores ya que llaman la atención sobre que el medio tiene una difusión persistente, que no es responsable de los períodos decididos y conocidos por el cliente. Todas las cosas consideradas, es además obvio que un gran número de estos medios de comunicación restaura una pieza decente de su sustancia en ciclos ocasionales día a día, mientras que la clasificación de otra parte en las secciones de mayor o menor intermitente a varios días.

De esta manera, la periodicidad, a pesar del hecho de que no cruza cada una de las sustancias, adicionalmente de JA – en cualquier caso hasta ahora-una impresión imperativa en el centro, y significativamente más en los que han sido concebidos de la Matrix de la impresa papel, que son comúnmente los más visitados y, posteriormente, son los casos que investigamos en esta obra. (Iglesias & Fernández, 2011)

Uno de los contrastes fundamentales introducidos por el documento digital, en cuanto a los que fueron antes que nunca, radica en el tipo de colaboración que surge entre el medio y sus encuentros de personas. "El papel digital se basa, de nuevo, en una ayuda innovadora la ayuda digital que, de la nada, permite un flujo constante bidireccional y multidireccional de datos de esta manera la creación de una comunicación de tipo Dialogic". (Canga, 2000)

Cristina Cabrero conceptualiza el documento digital de la manera que lo acompaña "el producto digital aterriza por medio de bytes en una pantalla electrónica y no en papel. Se transmite por redes telemáticas. Está disponible en cualquier situación, siempre y cuando tenga un PC y una línea telefónica. Este nuevo objeto tiene un carácter comunicacional de hipertexto y perpetuo refrescante. (Cabrero, 2005)

Jesús García Yruela en su libro tecnología de la comunicación y la información compuesta plantea la idea de "liberación electrónica" que alude no exclusivamente a la formación de datos de publicación, sin embargo, además de la ayuda digital, en la que todos los componentes del procedimiento La información está dentro del circuito digital, que lleva el cuerpo en la pantalla. (García Y. J., 2003).

Puede caracterizar el periódico digital como un elemento inteligente y multimedia, que vale la pena los activos distintivos que lo convierten en un medio multimedia, que unen contenido, imagen, vídeo y sonido.

3.1.1.4 Ediciones digitales: origen y desarrollo

Origen

El enorme rebote de los distribuidores de prensa a Internet, en la dimensión mundial, se dio hacia el final de 1994 y el inicio de 1995. La principal página web que se distribuirá sin precedentes para 1992 fue el Chicago Tribune que puso la mayor parte de su versión impresa en Internet y en 1993 el San Jose Mercury Center, que tenía un lugar con la reunión KnightRider, hizo lo mismo, incluyendo alternativas intuitivas. A partir de ese momento, otros racimos de publicaciones en los Estados Unidos y Gran Bretaña eligieron distribuir sus versiones en la web y, en consecuencia, mostraron las versiones del Chicago Tribune, The Atlanta Journal y Constitution, el New York Times, The Wall Street Diario y el papel Inglés de DailyTelegraph. (Cabrero, 2005) Esta nueva etapa, dice Albornoz, fue apartado por el desarrollo exponencial de los sitios, que entonces se llamaba el "auge del mundo web." (Albornoz, 2006)

El avance innovador ha llevado a cabo cambios profundos, en el camino de las empresas de la vida, pero adicionalmente en la prensa que ha experimentado un rediseño mecánico desde los años 80, como se hace referencia por Albornoz: "después de más de tres años de cambios La tecnología, los documentos encontraron otro enfoque para lograr a sus perusuarios a través de un elemento esclarecedor elusivo, facilitado en un servidor conseguido por la interconexión con Internet" (Albornoz, 2006)

Es con el objetivo de que Internet, rápidamente, se incrusta como un instrumento, ajustando los tipos de generación de noticias y, asimismo, como otro espacio de distribución.

Desarrollo

Allí era sin duda una atmósfera de vulnerabilidad con respecto a cuál sería el destino final de los papeles en línea, los papeles ponen las interpretaciones electrónicas en línea donde la sustancia de la liberación del papel se agotó. Puede discutir algunas etapas durante el tiempo que pasó digitalizando la prensa. Al principio, el sistema fue utilizado para recrear con precisión las versiones convencionales de los papeles, y se vieron obligados a "volcar" en sus espacios páginas similares que vendieron día a día.

En la segunda etapa, hay cambios evidentes en los horarios de las personas que hacen que cada día los dos lanzamientos de ayuda digital y papel-, comienzan a ajustarse a las utilidades y posibles resultados de la distribución en línea, tanto en cuanto a los datos y la razón del servicio Ta. Además, desde 1998 se muestran exclusivamente documentos digitales, aunque todavía con "grandes" destacados. (Edo, 2000)

Albornoz declara que hoy en día las organizaciones de papel incorporan diversos medios y distribuciones inteligentemente inteligentes, actualizaciones de noticias en progreso, servicios de reuniones, territorios de conversación, revisiones ocasionales, servicios de documentos, acceso a sonido y video grabación, o la inversión de perusarios en las reuniones, son una porción de las cualidades que los editores están mejorando en los documentos digitales, a los que se incluye la probabilidad de conectar componentes alojados en varios sitios Web. Esta verosimilitud trajo consigo ideas hipermediáticas. (Albornoz, 2006).

A pesar de la combinación de la prensa completamente digital, los medios de comunicación deberían incluso enfrentarse ahora a contendientes expansivos, por ejemplo, entradas de organizaciones de Internet (Yahoo, MSN, Facebook, Twitter) que, además de ofrecer varios servicios, tienen un contenido de intrigas increíbles para los clientes.

Los documentos digitales se han adaptado a los servicios ofrecidos por el sistema. Sea como sea, la emergencia se veía por los papeles impresos y las grandes organizaciones de noticias, perfilando un futuro alternativo para los medios de comunicación: una etapa progresivamente asequible, con profesionales preparados para adaptarse al cambio y nuevos tipos de comunicación que se reúnen en una similar situación, llamada Internet y sus resultados concebibles multimedia.

3.1.1.5 Dimensión Comunicativa de los Medios Digitales

Los nuevos lenguajes periodísticos en Internet

Los nuevos avances han llevado a cabo algunos cambios. En el campo de la información, la investigación se está llevando a cabo con las ramificaciones de Internet en la reorganización de las salas de redacción y en el movimiento de columnistas, como dice Salaverría's: "desde que los escritores viven con (y en) Internet, la investigación, creación y dispersión de datos han avanzado desde la raíz, incluso los perfiles del columnista, los medios de comunicación e incluso el abierto también han experimentado evacuaciones radicales." (Castillo, 2012).

Los medios digitales han adquirido de los medios de comunicación consuetudinarios, particularmente de la prensa, clasificaciones y estilos periodísticos. Los tipos de contenido, por ejemplo, las noticias, la reunión, el informe, la crónica o el segmento de sentimiento, han descubierto otro medio de dispersión. Salaverría afirma que "a partir de estos tipos adquiridos de codificación de los mensajes útiles, los medios digitales han comenzado a estructurar su propio lenguaje, que trata de explotar los resultados imaginables avanzados por la nueva etapa digital. Es más, esa etapa ofrece nuevas claves etimológicas que los columnistas deben averiguar cómo utilizar." (Castillo, 2012)

Para Joao Cavanilhas, esta necesidad de entregar escritos más cortos, junto con la probabilidad de hacer asociaciones con centros de datos, literarios o multimedia, para construir temas específicos, hace que el escritor tenga una consideración excepcional cuando componer sus noticias, por la naturaleza de la composición, sin embargo, además de las normas forzadas por las cualidades de cada medio de comunicación. La necesidad de componer mensajes cortos no sugiere ser menos claro. El tema de la lucidez es significativamente progresivamente esencial cuando hablamos de una ingeniería cada vez más abierta, multimedia y de navegación libre de las noticias. (Canavilhas, 2007)

En este sentido, es muy bueno que se interprete que no hay un estándar importante al componer las noticias para un papel digital prestando poca atención a cómo llamar la atención sobre las conexiones, la extensión del contenido, el tipo de sustancia de medios de cada Hub o el camino de LEC chos en el cliente, el contenido debe tener un sentido y una lucidad, especialmente cuando hablamos de un abierto mundial y heterogéneo, por ejemplo, la Web. Los avisos de Salaverría's de que la disposición de otro dialecto para los medios digitales es para fusionar, lo más importante, tres elementos novedosos para la difusión de noticias: la multimedialidad, la hipertextualidad y la intuitividad.

La primera prueba extraordinaria, como plantea Salaverría, es el avance del lenguaje multimedia, para decirlo claramente, no tiene nada que ver con la fuerza mecánica de proyectos específicos o gadgets de PC, y con la capacidad de verbalizar tipos de periodismo periodístico articulación que, H la fecha, los columnistas se han evitado unos a otros, un alto aprendizaje del código compuesto y el código de medios variable.

La segunda prueba es la hiper-textualidad, es decir, el límite elevado por el sistema para organizar estructuras detalladas, directas y no lineales, a través de unidades de sustancia multimedia (escritos, imágenes, así como sonidos). Según Salaverría's, los escritores deben averiguar cómo explotar los resultados potenciales hipertextuales del sistema para imprimir la profundidad más

prominente y la riqueza de la historia a sus datos. La utilización genuina del hipertexto sugiere averiguar cómo desechar deliberadamente las unidades de sustancia o hubs para verbalizar un sonido, total e incluso varias charlas.

La tercera prueba extraordinaria es la inteligencia. Los medios clásicos no se han utilizado para ser hablantes sólo de su propia voz y son básicamente unidireccionales, comprenden su trabajo como una transmisión directa de datos y conclusiones a las reuniones ociosas de personas. En Internet, este modelo de negocio imponente de la palabra se ha roto como aparecieron por los weblogs y discusiones, hoy en día, cualquiera tiene la probabilidad de difundir sus mensajes a diferentes grupos de espectadores. En relación con los medios digitales, también tienen un límite más prominente con respecto a la decisión y la reacción. (Castillo, 2012).

Para Cavanilhas, la viabilidad de la comunicación obliga al escritor a abrazar una gran cantidad de estándares, o dialectos periodísticos, que permite a los beneficiarios de diversos medios para desentrañar los mensajes. Estas reglas de artículo y alteración se liquidan en la prensa, la radio y la televisión, pero a cuenta de la cobertura de noticias web la pantalla aún no está clara. Esto deduce un diseño que comienza con una menor dimensión de la solicitud de datos de la unidad base-y se desarrolla hacia las dimensiones subsiguientes en las que se confirma una expansión en la cantidad y la imprevisibilidad de los datos. (Canavilhas, 2007).

Los nuevos columnistas, están obligados a intentar inventiva para no rehash, las viejas organizaciones, las estructuras digerivas, similares a la pirámide alterada, fueron traídas al mundo más de un siglo antes y tuvieron su razón de ser en condiciones totalmente diferentes de la nueva cobertura de noticias de hipertexto. Nada tiene que ver realmente con el viejo Telegraph y el Linotype, con las redes intuitivas de vanguardia y las etapas multimedia. (Canavilhas, 2007).

Esta es la razón por la que es fundamental que el columnista digital tenga la información adecuada y la cree por separado. El desafío es averiguar cómo lidiar con varios dialectos que ayuda a complementarse mutuamente. El escritor digital necesita un alto nivel de aprendizaje del código escrito y del código audiovisual.

De la pirámide invertida al hipertexto

La noticia es retratada mostrando una estructura llamada pirámide invertida, que consiste en poner los datos más críticos hacia el inicio del contenido, encontrando la sustancia menos imperiosa en los últimos pasajes. Thusly, el perusario con sólo el uso de los componentes de la capacidad (título, Antetítulo y Subtítulo) adquiere los datos más críticos de las noticias. La sección principal o primera de las noticias incorpora la información más esencial, y el resto de los datos se ordenan en pasajes progresivos o cuadrados instructivos. Además, la estructura piramidal fomenta el trabajo periodístico, ya que sistematiza la información para la consideración de nuevos datos se convierte. (Armentia & Caminos, 2003)

En Internet, los clientes no tienen suficiente energía para examinar la estructura de la pirámide reorganizada; Esa es la razón por la que los datos se agrupan en la estructura de conexiones o hipervínculos, que se llama lenguaje de hipertexto. María Teresa Sandoval aclara que la inclinación de los clientes a examinar los escritos en la web revaloriza la ecuación de los 5 W (qué, quién, cómo, dónde, Cuándo). El estilo indiferente, la estructura de la característica, el contenido y la pirámide invertida se han movido, entre diferentes horarios del ejemplar estilo iluminador.

A partir de la disposición literaria de los medios impresos vamos al hipertexto de los datos en el sistema. El hipertexto comprende la premisa del ajuste en el método para visualizar y examinar los datos en el sistema. "... A través del lenguaje de hipertexto, los medios de Internet ganan una tercera medida, la profundidad. En los papeles impresos los cuentos son de nivel con una

introducción minimizada o dividida con esbozos y escritos de apoyo. En Internet los datos están diseñados por capas según lo indicado por los hubs o las uniones de hipertexto iniciadas. (Díaz & Salaverría, 2004).

La cuestión es sí la configuración piramidal, cuyas ventajas y desventajas han sido ampliamente bancada dentro del sistema del diario de Pape L, ya que ofrece circunstancias favorables similares y desventajas para la composición de las noticias en documentos digitales. Una estimación superficial de las cualidades del nuevo medio propone que no es, entre diferentes razones, sobre la base de que para avanzar hacia adelante sin más una estructura cerrada como la pirámide alterada al papel digital infiera para arrojar el nuevo activo periodístico clave Hipertexto. (Castillo, 2012).

También dice que la mejor utilización posible de hipertexto como un activo de publicación en las actualizaciones en el papel digital podría derrotar a una restricción y la adición de algo de lo que necesita. Tiende a ser perseguido por un lado del exceso y la consistencia que la pirámide invertida transmite, sobre la base de que con él la noticia está dispuesta como una mejora progresiva de la información, y puede ganar, a pesar de lo que se podría esperar, el esclarecedor y auxiliar mejora de eso en gran medida que perdura en la prensa de papel. (Díaz & Salaverría, 2004).

La pirámide invertida es aún un diseño de artículo utilizado en su mayor parte por escritores de todo el mundo. Si bien los hechos confirman que la concurrencia de los medios impresos con audiovisuales ha desactivado la naturaleza inquebrantable de esta estructura, sigue siendo un principio general en la elaboración de noticias, en particular las que irradian de fuentes ajenas a los papeles. (San Martín, 2003).

Hipertextualidad y Multitextualidad: la pirámide convergente

En la década más reciente, nuevos medios digitales de discutir un interminable nuevos modelos de noticias que componen, cuya marca esencial es la flexibilidad, en la administración de datos, dispuestos a la mayor utilización de la información por el perusuario.

Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría's en el libro manual editorial ciberperiodística representan otro modelo para la escritura periodística en los medios digitales: la "pirámide de combinación"; Afirman que la Asamblea de varios medios, radio, televisión y prensa, en una estructura similar, ha creado una propensión a utilizar los activos periodísticos. Esta idea (una extraordinaria capacidad llamada pirámide de fusión) se organiza como una pirámide invertida ejemplar con el objetivo de que una noticia o contenido similar pueda ser utilizado por varios medios que se reúnen. (Díaz & Salaverría, 2004).

La medición literaria se ha abrumado por la multimedialidad, o plausibilidad de coordinar en una estructura de hipertexto similar visual, sonido, o diferentes hubs. En este campo equivalente se puede incorporar la investigación de la interfaz como medio semiótico, en el caso de que se necesite la conexión entre el lector y el marco, o mejor, entre el lector y el creador.

En este sentido, el movimiento periodístico en el sistema es el efecto de la realización de nuevas estructuras y el rediseño de los arreglos existentes. Tanto el hipertexto como la multitextualidad han abierto otro horizonte en los medios de comunicación. Ha llegado a ser contrastada y una tercera medida, ya que da a los medios de comunicación una ayuda electrónica de valor, cantidad y surtido educativo difícil de buscar los medios simples. El hipertexto imita la asociación cooperativa de la memoria humana con hubs y conexiones.

La noticia, nunca más es un sencillo componente instructivo con título, antetítulo y un poco de cuerpo, es un poco educativo de profundidad increíble que permite lecturas distintivas. Al estar compuesto por varios concentradores a los que los clientes pueden acceder desde un índice Web, es fundamental que cada concentrador tenga su propia importancia.

3.1.1.6 Redactar para Internet

Estructura de la noticia digital

Para Gabriel García Márquez "lo principal a componer para Internet es darse cuenta de cómo componer". (Fernandez, 2003) Las progresiones que la innovación entregó, representadas anteriormente, en lo que respecta al mensaje, la ayuda y las nuevas necesidades de datos regulares del público en general de este siglo, han impulsado el surgimiento de otro documento que componiendo para los medios digitales.

Imma Herrera dice que, "a la velocidad con la que el lector en línea necesita ser educado, Internet en general abreviará los escritos. Está ligada con la mezcla y la condensación de las noticias. Estas solicitudes requieren, como nunca antes, apostar por el estilo básico, claro, compacto y directo en el que los manuales de redacción periodística son tan insistentes" (Herrera, 2005).

La franqueza de la que habla Herrera se logra utilizando un derecho, exacto y el lenguaje directo, en otras palabras, un idioma disponible para el lector. Con respecto a la lucidez, alude a las expresiones breves y compactas que apoyan la comprensión del mensaje esclarecedor. En las noticias digitales, usted debe mantenerse alejado de oraciones ilimitadas con frases subordinadas que hacen mal uso de las comas, ya que confundir y aburren al lector, por lo que la redacción debe ser concisa y clara. Por supuesto, no es más que un problema de ofrecer escritos breves o deficientes, sin embargo, de esbozar las noticias, utilizando el

límite de mezcla que cada columnista debe abrumar. El objetivo es representar con precisión todas las sutilezas vitales de la ocasión, sin embargo, abstenerse de componer artículos excesivamente largos.

El propio Herrera aclara "con respecto al lenguaje, la prensa electrónica utiliza las banderas fonéticas, paralíngüistas, visuales y sonoras como canales del mensaje educativo. Además, alrededor de la composición periodística digital han desarrollado nuevas palabras que hoy en día se utilizan normalmente como, contornos (donde la página está aislada para organizar la sustancia), Inicio (página de inicio), marco (caja), enlaces, Hub de datos, propuesta de perusing, Noticias divididas, blog (diario digital), editorial, hipermedia, reunión, charla, y así sucesivamente. A este avance léxico se le debe incluir los nuevos tipos de articulación (truncaciones, devocalización, utilización de emojis, etc.) creados y ejecutados por los perusuarios de la prensa electrónica para interesarse por los diferentes instrumentos (Foro, charla, bromas, tablero de anuncios, etc.) ". (Herrera, 2005)

Cada Medium tiene su propio lenguaje "si hay una difusión de noticias, una cobertura de noticias radiofónicas, una cobertura de noticias televisual y un casting de noticias cinematográficas, hay, posteriormente, un lenguaje de difusión de noticias compuesta, un lenguaje de difusión de noticias radiofónicas, un lenguaje de la cobertura de noticias televisual y un lenguaje de casting de noticias cinematográficas." (García, 2003) siguiendo una línea de pensamiento similar, los documentos digitales en vista de su naturaleza multimedia en la que el contenido, el sonido y la imagen se combinan, también tendrán su propio lenguaje periodístico que rota alrededor del hipertexto.

Internet da la oportunidad de incorporar conexiones dentro de las noticias dio que las organizaciones, individuos, fuentes, y así sucesivamente se hace referencia, particularmente en la posibilidad de que tienen un sitio. Estas conexiones dan calidad y profesionalidad al contenido, ya que incrementan la credibilidad de los datos distribuidos, al tiempo que permiten al lector finalizar los

datos relativos a la materia aconsejando las redes relacionadas. Trate de no sumergir al lector con un mayor número de conexiones de lo que normalmente sería apropiado, hipervínculos van como componentes de la fascinación visual, debe servir para ayudar a la utilización de los escritos y ofrecer al cliente la probabilidad de crecer los datos, sin embargo, sin desviar o redirigir el lector principal de noticias.

García Jiménez, en su libro aproximaciones al periodismo digital, llama la atención acerca de que las características esenciales de una redacción decente se deben a la red, en consecuencia remedio lingüístico, sunacidad léxica, pertinencia en el tono y suficiencia explicativa; Deben mantener una calidad similar a la de la configuración impresa. (García J. A., 2007)

Con respecto a la introducción de la sustancia iluminadora debemos considerar una solicitud inteligente de segmentos, adquirir una estructura agradable y atractiva y mantenerse alejado de la inmersión de la página, que es absolutamente contraproducente para el uso de un medio digital.

Las entradas www.eluniverso.com (Ecuador), www.elmundo.es (España), www.nytimes.com (EEUU) y www.lemonde.fr (Francia) son, entre otras muchas, una porción de los medios digitales en los que esta discontinuidad de la sustancia periodística se puede ver.

Acerca del diseño

El diseño tiene su propio lenguaje para transmitir pensamientos y transmitir mensajes, los editores digitales recurren a la mezcla de varios estilos y cuerpos fuente para atraer la consideración del lector con respecto a las características, las noticias más aplicables; y apoyar la identificación de cada una de las partes que componen un artículo (López, 2011).

(García Y. J., 2003) alude al tipo de los escritos en la web y los bordes en tres clases: los titulares-el cuerpo es típicamente sub-par en comparación con los soportes impresos.

-Es común subrayar las características.

-La tipografía utilizada considera la comprensibilidad.

B. textos incluidos, por ejemplo, Antetítulos, leyendas, Sinopsis, ladillos, utilizados por diarios electrónicos.

C. textos regulares, cuyas cualidades esenciales de la estructura son:-el segmento principal implica el ancho de la pantalla.

-Texto justificado a un lado.

-Escasez de estilos intensos y cursiva.

-Uso masivo de clases como Times, Helvetica, Verdana, Arial.

En el idioma de Internet las letras mayúsculas se traducen como gritos y se utilizan con control ya que obstruir la perutilización. En lo que a ella respecta, la utilización de la huelga y la cursiva debería limitarse a lo más extremo, de todos modos hay revistas digitales, como www.elmundo.es que utilizan decididamente la intensa para tener información imperativa de las noticias, o llamar a la consideración del lector en el nombre prop lo que los héroes y las fuentes instructivas citadas en él son Adicionalmente los subrayados, que no debe ser utilizado a la luz del hecho de que se confunde con las conexiones de la página. (Cabrero, 2005)

Con respecto a la tipografía, las fuentes de palo seco se prescriben, más fácil de examinar, al igual que la instancia de Arial, Times, Helvetica y Verdana, en un tamaño razonable. Por ejemplo, el papel www.abc.es utiliza para el cuerpo de las noticias una fuente Verdana, en estilo redondo o consuetudinario, con un tamaño de 10 puntos. El sombreado es además esencial, los fashionistas pueden jugar con la sombra de la página, sin embargo, con respecto a la claridad del contenido de forma consistente, y en este sentido la mejor opción es la fuente oscura sobre la base blanca.

Teniendo en cuenta que, al igual que en los medios convencionales, en el medio digital importa Adicionalmente la Fundación y la estructura. Podemos decir que la clave del escritor de composición en Internet es componer contemplando los atributos visuales y particulares del beneficiario del cliente que no son exactamente los mismos que los del simple lector de prensa. Además de conocer nuevos dialectos y nuevos diseños de estructuras, la prensa electrónica requiere de las propensiones distintivas que se deben conocer y en las que se debe hacer frente, ya que generalmente el cliente se perderá realmente entre la tremenda cantidad de los datos.

Estructuras discursivas de la noticia hipertextual

La prensa notó cómo sus respaldos habituales son cambiados por avances innovadores, el trabajo ofrece visibilidad a la pantalla del PC. El mismo número de creadores a los que se hace referencia refleja, estamos ahora mismo encontrando la maravilla de la Unión de medios. Por lo que, no sólo los respaldos también se cambian formas de cuenta, incluso el estilo de componer.

La increíble prueba para los documentos digitales es ofrecer un artículo no lo mismo que los medios de comunicación consuetudinarios a través del sistema, y hacer medios electrónicos con su propio lenguaje y sustancia. Sin embargo, también es obvio que este nuevo dialecto no se hace a mediano plazo. (Meso, 2006).

Los desarrollos mecánicos y las nuevas aplicaciones, la consecuencia del avance de los medios de comunicación digitales más habituales, y las nuevas y efectivas organizaciones interpersonales, están estableciendo un cambio exponencial en la introducción de las noticias y el adecuación convincente de los datos (Calvo, 2016).

Mientras que la prensa compuesta convencional tiene limitaciones de espacio con respecto a dar un ajuste adecuado y convincente. La prensa electrónica necesita confinamiento espacial. El espacio de un medio digital que no es responsable de un número específico de páginas, es una posición favorable que se convierte en un volumen iluminador más digno de mención. "Esta ausencia del punto físico más lejano (que sufre la simple prensa) remunera las necesidades de componer mensajes breves, a cuenta de una estrategia de marca de los medios en línea, la atomización de los datos. Como era, la sustancia expansiva de la prensa electrónica se divide en varios datos con su propio sentido, que se pueden conectar entre sí a través de hipertexto." (Herrera, 2005) .

En realidad, Internet ha incitado cambios clave que influyen en todas las numerosas partes de la profesión periodística, junto con los cambios en los métodos para describir y exhibir los datos. Los componentes a los que se hace referencia están ofreciendo un enfoque a los nuevos ensayos de cuenta que llevan consigo recomendaciones de restablecimiento de las clasificaciones periodísticas habituales, ya que el hipertexto da más resultados potenciales a los columnistas para enviar al lector a diferentes cosas información, la noticia está destinada a dar referencias lógicas verificables que, por lo tanto, significa una oferta progresiva total de sustancia.

Perspectivas del ejercicio de la profesión periodística

Las reflexiones sobre cómo el columnista será de las cosas por venir varían entre los creadores, se evalúa que más adelante habrá una mejora más prominente de la utilización de Internet, ya que es los medios de comunicación menos

costosos y sin esfuerzo para dispersar la información. Una vez más, nuevas aplicaciones también se desarrollarán en el mundo periodístico, que debe ajustarse a las organizaciones de datos y profesionales en el caso de que necesiten permanecer en el mercado. Se requerirá de profesionales con capacidad para ajustarse a los cambios. Batista Bacallado mide que "la capacidad de cambio es vital para cualquier sistema de administración que probablemente va a ser fructífero." (Bacallado, 2010)

Se entregará una mayor personalización de los datos, ya que se cuidará de una refrescante y personalización más notable de la sustancia en los medios digitales. Se evalúa que más adelante en el patrón, según lo expresado por Koldobika meso, "será dar a Internet, sin embargo, muchos datos como se podría esperar, con el objetivo de que cada uno escoja lo que necesita para examinar, ver o sintonizar." (Meso, 2006) Esa es la razón por la que el profesional de los datos no debería terminar su preparación y debe refrescar sus conocimientos yendo a cursos, reuniones, talleres, etcétera.

Otro componente que surgirá es la confección de nuevos documentos digitales, ya que estos requieren menos especulaciones por parte de los distribuidores (trabajo, aparatos, material crudo, arreglos de dispersión, etcétera), esto podría instar a los visionarios de negocios de comunicación a la producción de nuevos documentos digitales.

En el sistema podemos descubrir numerosas sustancias, que no son artículos educativos, ya que no son creados por columnistas y que pueden sin mucho de un estiramiento ser llegado a. De hecho, puede suceder que algunas personas "autoproclamen" a los profesionales de datos y difundieron su contenido a través de Internet. (Castillo, 2012)

Esto puede hacer que la deshonra de la profesión periodística y cuestionar ciertas características del elemento educativo, por ejemplo, la calidad.

Otro componente a tener en cuenta es que los avances entregados en las comunicaciones también pueden influir en la concepción de la prensa prevaleciente estándar como escritor, con un terminal en su propio hogar y los medios especializados vitales, puede crear y lidiar con su propia organización de comunicación. De nuevo, esta realidad muestra la ventaja de la consumación del actual modelo de negocio imponente de las comunicaciones generales.

Dado que la dispersión de los diarios electrónicos es todo incluido e inmediato, los datos transmitidos lograrán un número más notable de personas. A lo largo de estas líneas, habrá una expansión en los lectores de documentos digitales y habrá una ligera disminución de los lectores de los papeles impresos.

Los hechos confirman que la ampliación del reconocimiento y la utilización de los activos en línea faculta a una reconstrucción total de las relaciones entre columnistas, documentaristas y clientes, parece improbable que más tarde se hagan trabajos sin escritores.

3.1.1.7 Definición de las estrategias de comunicación

(Maisanche, 2015) Cita a Cedeño: 1988: (P. 168) en su libro (planeación estratégica de la comunicación) "el procedimiento es el sistema de objetivos, arreglos y planes de actividad, detallados con el punto de: la captura de oportunidades y la limitación de peligros." Así, la comunicación vital es una de las partes de la comunicación social que nos permite tener una visión y comprensión razonables de las necesidades, dificultades, condiciones y objetivos distintivos de la población en general.

A través de la cual exploraremos y localizaremos casi con certeza las técnicas esenciales para la organización de las cuestiones comunicacionales. Estos se convierten en un arma extremadamente exitosa para la transmisión de pensamientos, elecciones y necesidades que dependen de la investigación y la

conclusión que pueden caracterizar las asignaciones como el mejor enfoque para ajustarse a los instrumentos de comunicación accesibles. (Maisanche, 2015).

Diferentes maneras es que a través de la investigación podemos derrotar a los nuevos disyuntivos o problemas que enfrentamos, tanto en su inclinación como en su medición, y de esta manera adquirir nuevos datos sobre las progresiones que se requieren y que se coordinan para tener como objetivo caracterizan el problema traído de arriba a abajo.

Al procedimiento de comunicación también podemos demostrar que es una elección, una expectativa y una estrategia para cumplir al menos un objetivo explícito. Al organizar los objetivos y hacer una evaluación exhaustiva de los datos accesibles, tanto en la sustancia como en el elemento del objeto de comunicación, también los sujetos que aceptan recibirán la comunicación. El procedimiento también puede demostrar que se trata de una investigación, una aspiración o una expectativa y una elección y que la técnica de comunicación es un dispositivo destinado a verbalizar las actividades informativas de la solicitud interna o externa, que añaden a combinar formas Extensión institucional y exterior, fue para dar cuenta de la magnitud de los planes, proyectos, metodologías y emprendimientos.

La metodología también debería avanzar en el fortalecimiento de la red en las actividades gubernamentales, el plan y la ejecución de las batallas comunitarias e instructivas y la situación institucional de una vez por todas, y éstas deberían extenderse en los medios de comunicación de masas. Cada uno de estos procedimientos podría estar alineado con al menos una de las aproximaciones y modelos de comunicación que se han representado anteriormente. (Maisanche, 2015).

En cualquier caso, y libre de los confinamientos y calidades para cada situación, es peligroso garantizar que un procedimiento es mejor que otro. O tal vez, las técnicas pueden satisfacer una capacidad particular, llenar una necesidad

específica y ser correlativas a un procedimiento para el cambio social. Cada metodología tiene una referencia razonable e hipotética y se une a un encuentro que hace más sencillo para el lector comprender el uso del equivalente.

Estrategias de comunicación periodística

La técnica de comunicación periodística comprende en la elaboración, el uso, la Junta y la satisfacción de los sistemas esenciales, a través de esto aportamos problemas a la luz sobre la importancia de una comunicación (interna y externa) y los beneficios de una comunicación efectiva. Donde el sistema de comunicación de difusión de noticias se puede caracterizar como las medidas apropiadas para una comunicación interna y externa que puede ser externalizada en una de las formas adecuadas y exactas y que es la elaboración de un plan de trabajo caracterizado por lograr un objetivo compartido. (Maisanche, 2015).

“Los componentes de la estrategia de comunicación periodística: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Comunicación Participativa”. (Maisanche, 2015).

3.1.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INV

3.1.2.1 Antecedentes investigativos.

(Castillo, 2012) en su Tesis: “Estudio y propuesta para optimizar la aplicación de los lineamientos y directrices en las ediciones digitales de los periódicos paceños El Diario, La Razón y La Prensa” cuyo propósito era Investigar el periodismo digital, a efecto de detallar las directivas y lineamientos, en relación a la generación de contenidos informativos, el régimen de la novedad y las prácticas periodísticas y su aplicación en las ediciones digitales de los periódicos paceños El Periódico, La Razón y La Prensa del 15 al 31 de julio de 2010. Comprobó que hay una pobre producción de ediciones digitales en los

elementos de estudio por la no aplicación de los lineamientos y directivas del periodismo digital en la generación de contenidos informativos, el régimen de la novedad y las prácticas periodísticas en los periódicos paceños.

((Dorta & Gutiérrez, 2016) en su trabajo investigativo denominado, “Guía de redacción para el medio de comunicación digital especializado www.ovaciondeportes.co” cuyo objetivo era: Diagnosticar las debilidades presentes en la redacción de las notas del medio de comunicación digital especializado www.ovaciondeportes.com. Con el fin de desarrollar una guía de redacción; encontró algunas incongruencias en las que incurren los redactores de Ovación Deportes están relacionadas con concordancia verbal, uso de signos de puntuación e inconsistencias sobre ciertas formas. Todas ellas evidencian la necesidad de un instrumento que guíe a quienes generan contenido día tras día en este medio de comunicación. Una garantía para erradicar estas fallas pasa por dictar una serie de normas basadas en las recomendaciones tanto de especialistas en el periodismo deportivo como en el periodismo digital y en las reglas propias del lenguaje, determinadas por la Real Academia Española.

En los dos trabajos investigativos presentados se evidenciaron falencias en la redacción periodística de las ediciones digitales, en ambos casos se estableció como respuesta a la problemática la aplicación de lineamiento o guías de redacción para el medio de comunicación digital que tuvieron la acogida en los objetos de estudio potenciando su calidad periodística digital.

3.1.2.2 Categoría de análisis.

Categoría de análisis 1: Redacción Periodística

Definición. - Es el estudio de los métodos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las maneras de expresión y de las construcciones ajenas e internas que adoptan los mensajes informativos de esta época y las entidades de

redacción periodísticas generalmente, al ser canalizadas por medio de la prensa redactada y demás instrumentos sociales para informar y comunicar.

Operacionalización de subcategorías

Dimensión	Indicador
Contenidos informativos.	Modelos y esquemas de jerarquización de contenidos.
Tratamiento de la noticia.	Estructuras discursivas.
Prácticas periodísticas.	Perfil del periodista digital.

Categoría de análisis 1: Medio digital ALDia.com.ec

Definición. - Los medios digitales no implican que el intercambio sea digital. Medios digitales significa un conjunto de medios. En relación con esto los diarios digitales alude a sí mismo a una distribución que es diferente a su socio impreso se muestra en la organización electrónica y su principal medio de difusión es Internet.

Operacionalización de subcategorías

Dimensión	Indicador
La estructura del lenguaje	Hipertextualidad
Actualización	Inmediatez
Proceso bidireccional	Interactividad
Producto individualizado	Personalización
Elementos multimedia	Recursos Multimedia
Información globalizada	Universalidad

3.1.3 Postura Teórica.

Según (Castillo, 2012) a pesar de la tendencia de los medios digitales, en la actualidad, varios medios digitales están en etapa de transición, donde los contenidos informativos de la edición impresa se transforman para adaptarlos a las propiedades de Internet, pero todavía conservan formas de proceder propias de una primera etapa en el avance de la prensa electrónica, a lo largo de la cual se volcaban verdaderamente los contenidos de la edición papel al sustento digital. La verdad es, que los diarios (en medio electrónico o de papel) necesitan un desarrollo y, consecuentemente, un mínimo lapso de tiempo. En el presente la prensa no puede desafiar a la tv, la radio ni con Internet en el campo de la eficacia, excepto en varias ocasiones particulares.

Estamos de acuerdo con las afirmaciones de (Castillo, 2012) en qué los medios digitales necesitan un proceso de transformación para adaptar las noticias a internet.

La línea de investigación en castellano que más ha aportado en el análisis y transformación de los medios digitales, así como propuestas de manuales de estilo proviene del trabajo conjunto de académicos en universidades españolas. Dos de estos académicos son Javier Diaz Noci y Ramón Salaverría. Del primero, rescatamos *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico* (2002) y su propuesta metodológica de análisis de los cibermedios en *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada* (2009), que redactó en coautoría con Marcos Palacios. De este libro consideramos valioso sus aportes en el análisis de la convergencia periodística, en la arquitectura de la información y en la tipología de los géneros en el periodismo realizado en internet, así como el uso de categorías como “hipertextualidad”, “multimedialidad”, “interactividad” y “temporalidad”.

3.2 HIPÓTESIS.

3.2.1 Hipótesis General.

La redacción periodística incide favorablemente en el Medio Digital Aldia.com.ec.

3.2.2 Subhipótesis o derivadas.

El estilo de redacción periodística utilizado por el Medio digital ALDia.com.ec mejorará la divulgación de su contenido informativo.

El diagnóstico de las debilidades presentes en la redacción periodística ayudará a optimizar las notas informativas del medio digital ALDia.com.ec

La guía comunicacional adaptada al medio digital ALDia.com.ec. para perfeccionar la producción informativa del medio.

3.2.3 Variables.

Variable independiente: Redacción periodística.

Variable dependiente: Medio digital ALDia.com.ec

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1 Pruebas estadísticas aplicadas.

Para el estudio de la siguiente investigación se realizará con un segmento de los habitantes del cantón Quevedo y con el representante del medio digital AIDIA.com.ec. El tamaño de la muestra poblacional se obtuvo de los datos estadísticos obtenidos del Censo de Población y Vivienda desarrollados y presentados por el Instituto de Estadísticas y Censos en el año 2010.

Cuadro 1. Distribución de la población a investigarse.

N°	Población	Cantidad
1	Representante del Medio digital ALDia.com.ec	1
2	Población del Cantón Quevedo	173.575
Total		173.576

Elaborado por: Jazmina Marilyn Salavarría Napa

Utilizaremos una fórmula estadística para calcular muestra de una población finita ya que conocemos la cantidad total de la población.

Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra (n)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{}$$

Significado de las variables para el cálculo del tamaño de la muestra (n)

n = tamaño de población

N = población

p = probabilidad de éxito 50% -0.5

q = probabilidad de error 50% -0,5

e = error de muestreo 8 % - 0,08

Z = nivel de confianza 95% - 1,96

Reemplazó de los valores en la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 173.575}{}$$

$$n = \frac{166701,43}{1111,84}$$

$$n = 150$$

La muestra obtenida será de 150 personas.

Cuadro 2. Muestra a la que se le aplicaran las pruebas estadísticas

N°	Población	Cantidad
1	Personal del Medio digital ALDia.com.ec	1
2	Población del Cantón Quevedo	150
Total		151

Elaborado por: Jazmina Marilyn Salavarría Napa

4.1.2 Análisis e interpretación de datos

Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

1. ¿Conoce al medio digital AIDia.com.ec?

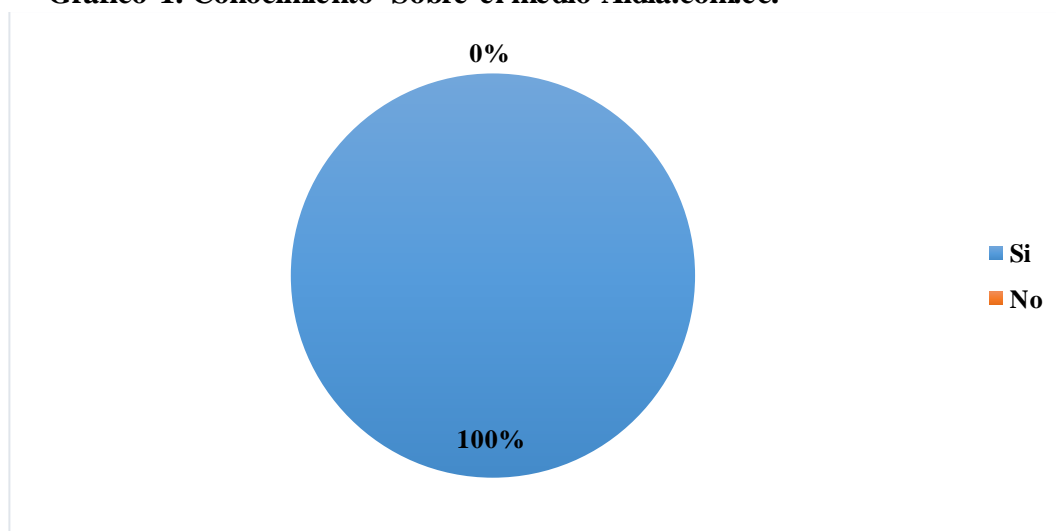
Cuadro 3. Conocimiento Sobre el medio AIDia.com.ec.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	100%
No	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 1. Conocimiento Sobre el medio AIDia.com.ec.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – El 100% de los encuestados afirma que conoce al medio digital AIDia.com.ec.

Interpretación. – El medio digital AIDia.com.ec es reconocido por toda la población quevedeña, se ha hecho un nombre como uno de los mejores medios digitales para obtener información en la web, posee gran presencia en la red social con más usuarios del mundo como es Facebook contando con 142.089 seguidores hasta la fecha, por lo cual no sorprende que la totalidad de la población investigada reconozca el medio digital.

2.- ¿Cuál es la plataforma que más utiliza para navegar en el medio?

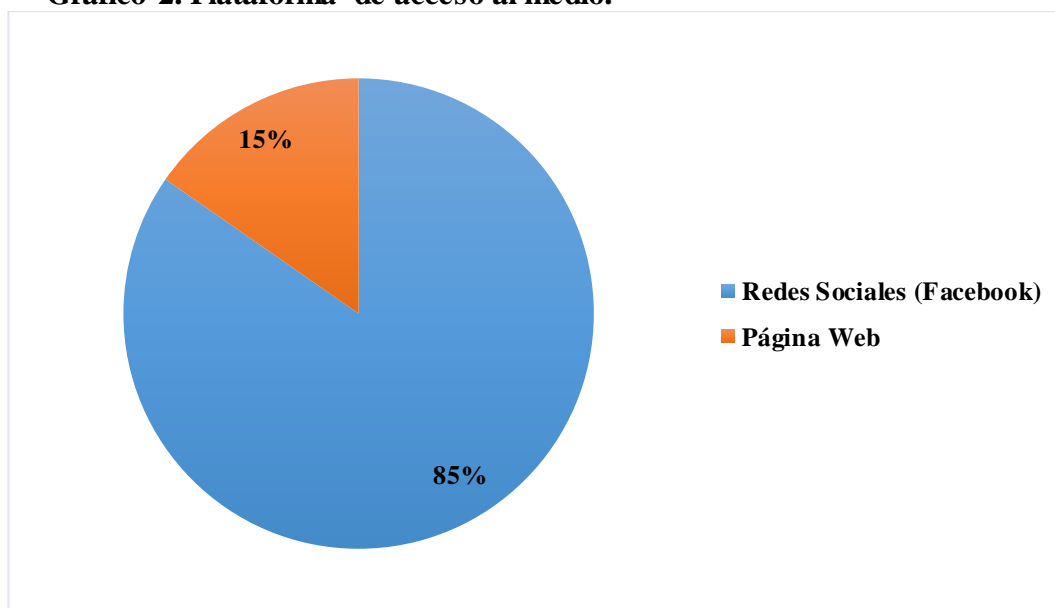
Cuadro 4. Plataforma de acceso al medio.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales (Facebook)	127	85%
Página Web	23	15%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 2. Plataforma de acceso al medio.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – El 85% de los encuestados afirma que accede al medio por medio del Red Social, y un 15% manifiesta acceder por medio de la página web

Interpretación. – La mayoría de los encuestados acceden a las noticias publicadas por el medio en la red social Facebook, esto es debido a que la población en la actualidad utiliza esta red como un medio de comunicación y de entretenimiento, con los medios digitales se amplía su uso como un medio para estar informado de los acontecimientos actuales, el medio digital Aldia.com.ec ha aprovechado este medio para obtener mayor tránsito a su página web mediante los hipertextos.

3. ¿Cuántas veces al día visita el medio, por alguna de sus plataformas?

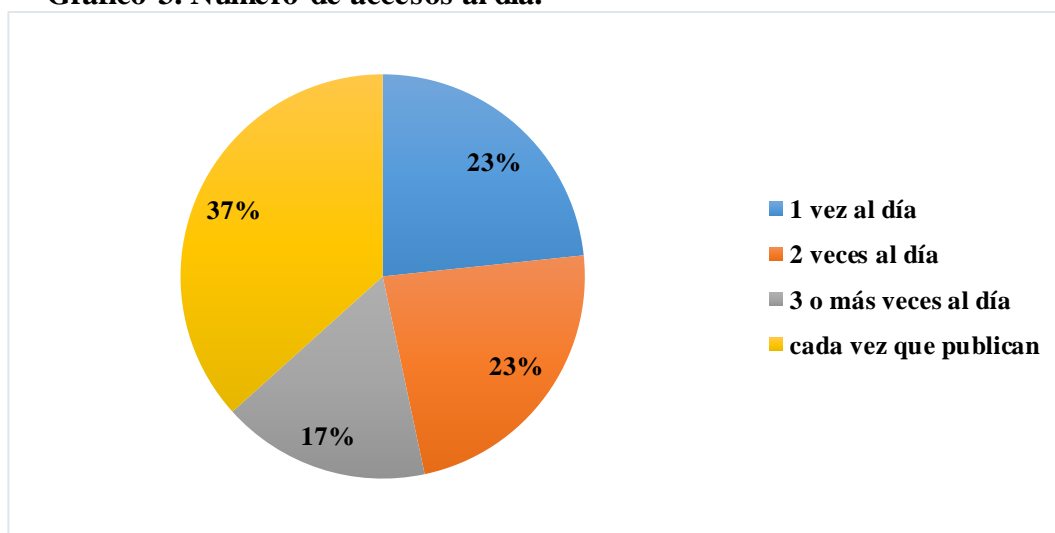
Cuadro 5. Numero de accesos al día.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	35	23%
2 veces al día	35	23%
3 o más veces al día	25	17%
cada vez que publican	55	37%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 3. Numero de accesos al día.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – De los encuestados el 37% visita el medio cada vez que publica, 23% una vez al día, otro 23% dos veces al día, y un 17% 3 o más veces.

Interpretación. – Los usuarios visitan el medio cada vez que publica o por lo menos una o dos veces al día, esto se relaciona con el método de acceso que en su mayoría aplican los usuarios del medio, la red social Facebook, la cual tiene la ventaja de notificar a sus usuarios cuando ocurre una publicación relacionada las páginas que el sigue. Por lo tanto, los usuarios están enterados de las publicaciones más recientes del medio digital AIDia.com.ec.

4.- ¿En su consideración como usuario del medio, que menos le agrada del medio de comunicación digital?

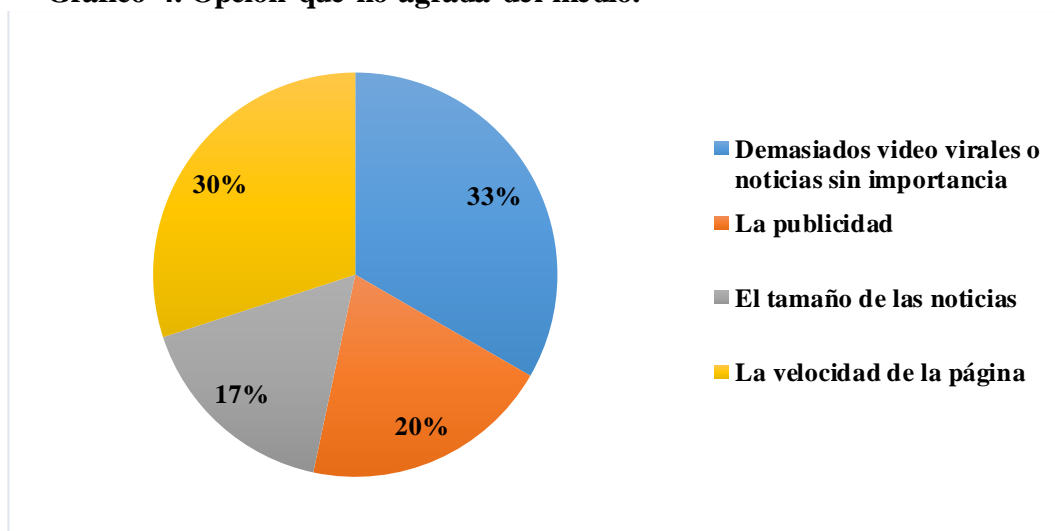
Cuadro 6. Opción que no agrada del medio.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Demasiados video virales o noticias sin importancia	50	33%
La publicidad	30	20%
El tamaño de las noticias	25	17%
La velocidad de la página	45	30%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 4. Opción que no agrada del medio.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – De los encuestados el 33% afirma que no le agradan las noticias sin importancia ni los videos virales publicados, el 30% la velocidad de la página, a un 20% no le agrada la publicidad y un 17% el tamaño de las noticias.

Interpretación. – La publicación de videos virales y de noticias sin importancia, es uno de los aspectos que menos les agrada a los usuarios, la publicación de noticias de variedad y compartición de videos virales es una de las estrategias utilizadas por los medios digitales para mantenerse vigentes en las redes sociales, pero presentan desventajas ya que al ser inadecuadamente utilizada puede causar molestias a los usuarios.

5.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec ofrece credibilidad en a la publicación de sus noticias?

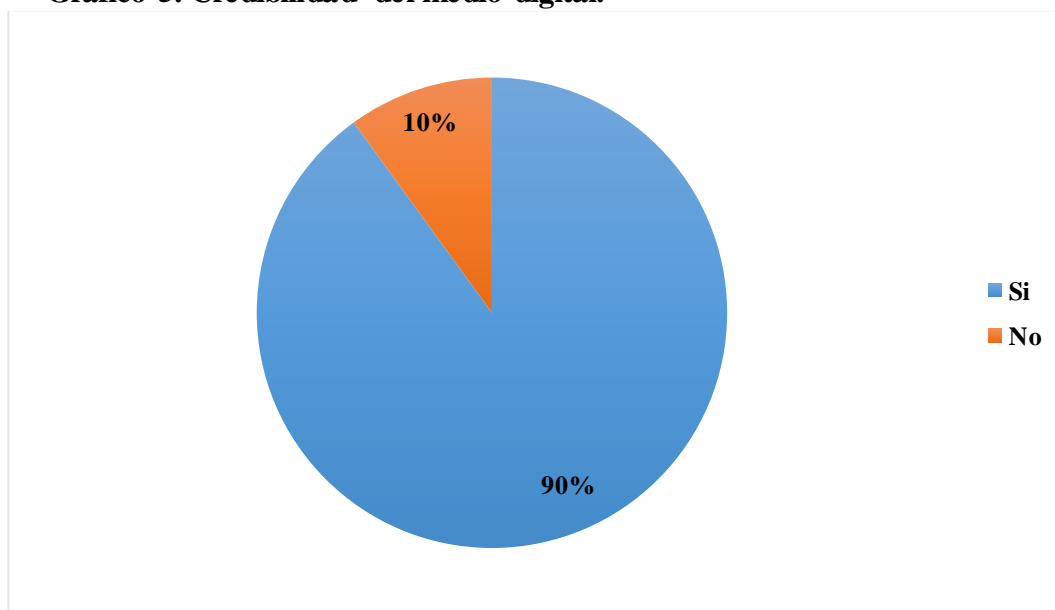
Cuadro 7. Credibilidad del medio digital.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	135	90%
No	15	10%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 5. Credibilidad del medio digital.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – el 90% de los encuestados afirma que el medio digital posee credibilidad en sus noticias, y un 10% contestó que no posee credibilidad.

Interpretación. – La credibilidad periodística es importante para los medios de comunicación, en especial los medios que difunden su contenido por internet y las redes sociales, ya que por medio de la credibilidad se logra que la información presentada trascienda y genere el impacto deseado y como observamos en la estadística el medio digital Aldia.com presenta un gran porcentaje de credibilidad entre sus usuarios.

6.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec ofrece claridad y fácil entendimiento en las noticias publicadas?

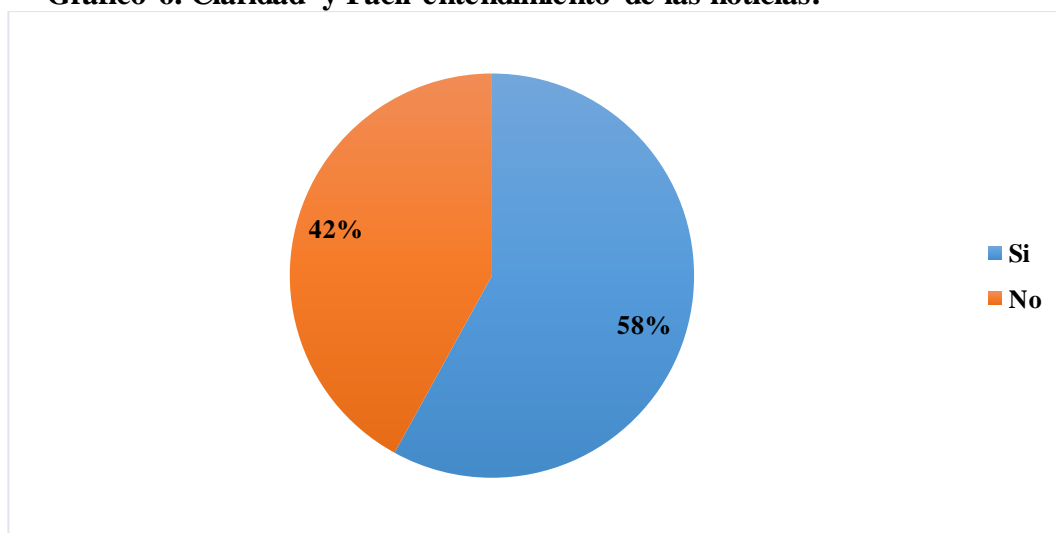
Cuadro 8. Claridad y Fácil entendimiento de las noticias.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	58%
No	63	42%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 6. Claridad y Fácil entendimiento de las noticias.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – De los encuestados el 58% afirma que el medio posee claridad y entendimiento en la publicación de noticias, y un 42% contestó que no lo posee.

Interpretación. – Para presentar claridad y fácil entendimiento en las noticias publicadas por los medios digitales es de vital importancia una base sólida en redacción periodística enfocada en medios digitales, ya que la claridad es un rasgo primordial en la redacción periodística, con el fin de mantener el interés de los usuarios que cada día buscan mayor facilidad para el acceso a la información.

7.- ¿A su parecer como usuario del medio, qué tipo de noticias encuentra usted más a menudo en el medio digital aldia.com.ec?

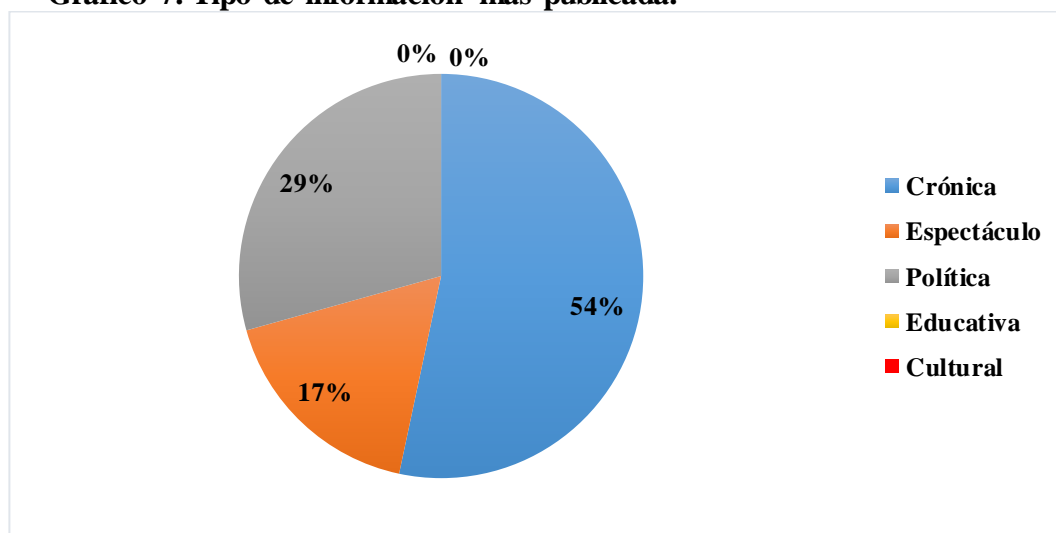
Cuadro 9. Tipo de información más publicada.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Crónica	80	53%
Espectáculo	26	17%
Política	44	29%
Educativa	0	0%
Cultural	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 7. Tipo de información más publicada.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – El tipo de información más publicada según los usuarios es la crónica con 54%, le sigue la Política con el 29% y un 17% la de tipo espectáculo

Interpretación. – Uno de los formatos del periodismo narrativo de mayor prevalencia en los medios digitales, es la crónica. En ella se permiten conocer los hechos después de brindada la noticia suscitada, los usuarios buscan este tipo de contenido a menudo para estar al tanto de los acontecimientos del día en el cantón.

8.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec puede mejorar en su redacción periodística?

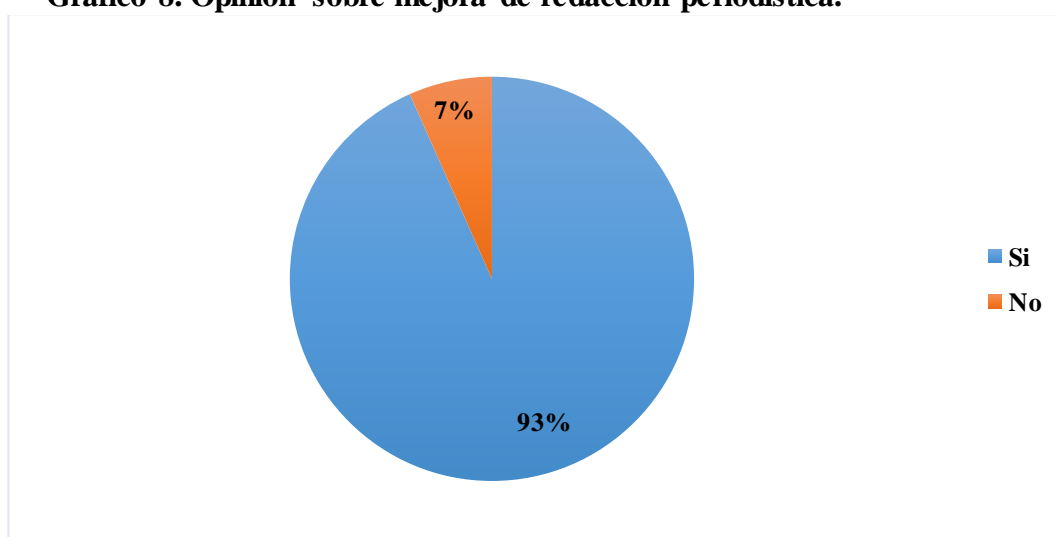
Cuadro 10. Opinión sobre mejora de redacción periodística.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	93%
No	10	7%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital Aldia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Gráfico 8. Opinión sobre mejora de redacción periodística.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del medio digital Aldia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

Análisis. – en opinión de los encuestados el medio digital Aldia.com.ec puede mejorar su redacción periodística con 93% de aceptación, mientras que un 7% opina que no es necesario.

Interpretación. – A pesar de la consolidación del medio digital Aldia.com.ec es importante que sus profesionales se mantengan capacitados en lo referente a redacción y presentación de noticias en medios digitales, ya que es importante que sean capaces de entregar a sus usuarios/lectores información de calidad, veraz y contrastada.

Entrevista a representante del Medio Digital AIDia.com

Cuadro 11. Entrevista a Representante del Medio.

Pregunta	Respuesta
¿Al crear el medio digital AIDia.com.ec, tenía conocimientos previos de cómo funcionaba la plataforma de internet para medios digitales?	Si, realizamos capacitaciones previas, en herramientas para medios digitales.
¿Cada cuánto tiempo se actualiza el contenido de la página de AIDia.com.ec?	Cada que sea necesario, según la noticias se presente.
¿Cuenta el medio con un manual de estilos o de edición para medios digitales y redes sociales?	Un manual dedicado a estilos de edición digital del Medio AIDia.com.ec, no, no contamos. Sin embargo, tenemos lineamientos básicos establecidos.
¿Publica información en las redes sociales, cual es la más frecuente?	Si, Facebook, es la principal y la que más usamos para presentar la noticia suscitada.
¿Publica información en su portal digital antes que en las redes sociales?	Por lo general sí, pero los titulares de última hora los publicamos, en las redes sociales primero (información previamente verificada)
¿Cuál es el tipo de contenido más difundido en el medio?	Difundimos todo tipo de noticias según se presente el hecho.
¿Tiene personal dedicado a monitorear las redes sociales para publicar noticias?	Específicamente dedicado a monitorear las redes sociales no. Los mismos periodistas del medio están pendientes de las ultimas noticias en redes.
¿Qué perfil profesional tienen los periodistas que laboran en el medio?	Son profesionales del Periodismo, Comunicadores Sociales. Recibieron capacitación en herramientas digitales.
¿Han tenido algún problema legal referente al contenido de una noticia publicada en su medio?	No, hasta la actualidad no.

Fuente: Entrevista aplicada a usuarios del medio digital AIDia.com.ec

Elaborado por: Marylin Salavarría

De la entrevista realizada obtuvimos que el medio cuenta con lineamientos de redacción básico, mas no un manual en si especifico de estilos de redacción para medios digitales. Todos los profesionales del medio cuentan con estudios en Comunicación Social y se sometieron a capacitaciones sobre herramientas digitales. En el medio se difunde la noticia suscitada de forma inmediata por medio de la red Social Facebook, que es su principal difusor de contenido noticioso.

4.2 CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS

4.2.1 Especificas

- Se determinó que el estilo periodismo utilizado por el medio digital Aldia.com.ec es un estilo informativo/noticioso ya que presenta los hechos suscitados mediante la presentación inmediata de noticias y reportajes por medio de las plataformas digitales y redes sociales, según sus usuarios el tipo de contenido de mayor presencia es la crónica y del tipo político.
- El medio digital Aldia.com.ec presenta debilidades respecto en la redacción periodística ya que un significativo porcentaje de los encuestados afirmo que le falta claridad y desenvolviendo a la hora de publicar sus noticias.
- Se evidencio que la mayoría de usuarios del medio digital Aldia.com.ec acceden al medio mediante la red social Facebook. Por lo que los periodistas del medio digital deberían implementar estrategias de redacción para redes sociales ya que el usuario de redes sociales busca inmediatez, credibilidad y claridad algo de lo que según los usuarios podría mejorar el medio.

4.2.2 General

Se concluye que:

La correcta redacción periodística es importante para el medio digital Aldia.com.ec ya que mejorara la presentación de noticias y reportajes en la plataforma digital potenciando la credibilidad y profesionalismo del medio de comunicación.

4.3 RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS

4.3.1 Especificas

- Implementar espacios informativos y de entretenimiento mediante redes sociales, para fomentar el desarrollo del medio no solo como un comunicador de la noticia suscitada, si no como un generador de contenido variado al que los usuarios tengan acceso.
- Que se desarrolle profesionalmente un manual de estilo acorde a al medio digital para unificar el estilo periodístico de los profesionales del medio digital Aldia.com.ec., con el fin de mejorar la presentación de su contenido informativo.
- Implementar talleres y/o capacitaciones sobre redacción en Redes sociales, a los profesionales del Medio digital AIDia.com.ec., con el objetivo de mejorar la producción informativa presente en las redes sociales y brindar más claridad en el desarrollo del contenido noticioso.

4.3.2 General.

Se recomienda:

Desarrollar una guía comunicacional de redacción digital para el medio digital AIDia.com.ec. para perfeccionar la producción informativa y mantener su presencia como el medio digital más importante del Cantón Quevedo.

CAPITULO IV

PROPUESTA DE APLICACIÓN

5.1 Propuesta de aplicación de resultados

5.1.1 Alternativa obtenida

Desarrollo de una guía comunicacional para la redacción digital en el medio digital AIDia.com.ec. con el fin de perfeccionar la producción informativa del medio y mantener su presencia como el medio digital de más acceso del Cantón Quevedo.

5.1.2 Alcance de la alternativa

El presente trabajo investigativo, propone diseñar una guía comunicacional para la redacción digital en el medio digital AIDia.com.ec, para potenciar la producción informativa del medio mediante una correcta reducción periodística que permita mayor claridad y desarrollando en la publicación de noticias; de esta manera, los profesionales del medio investigado, por medio de esta herramienta, puedan mejorar sus habilidades y destrezas de redacción y presentación de noticias, de manera práctica y creativa, obteniendo mayor confiabilidad entre sus usuarios.

Con el objeto de orientar el perfeccionamiento de una buena redacción periodística, nace la idea de crear una guía comunicacional para el medio digital aldia.com.ec, explicando detalladamente en que consiste cada una de las técnicas del medio digital en la publicación de noticias.

5.1.3 Aspectos básicos de la alternativa

5.1.3.1 Antecedentes

La comunicación ha evolucionado considerablemente. Fuimos desde la máquina de escribir a al gran mundo del internet accesible con teléfonos inteligentes en menos de 20 años. Las comunidades, los websites o los boletines electrónicos son utilidades funcionales para transmitir medios alternativos y movimientos sociales.

El periodismo digital no es de reciente aparición. Desde 1993, un enorme conjunto de editores de periódicos, primordialmente estadounidenses, han anunciado información en la interfaz de Internet y en otras redes digitales (CompuServe, América En línea, Compulink Information Exchange).

Esta novedosa forma de reportar es un propósito difícil de cumplir para los periodistas que no tienen entendimientos técnicos o no usan novedosas tecnologías de comunicación. Pero además es una ocasión para las nuevas generaciones de comunicadores sociales y los medios de comunicación, que están realizando su incursión en esta interfaz para informar y comunicar.

Como resultado de la investigación se determinó que al medio digital al Dia.com.ec presenta falencias en la claridad y desenvolvimiento de la publicación de noticias en su plataforma por lo que esta propuesta pretende ayudar en ambos casos al medio digital Aldia.com.ec. Brindando algunas claves prácticas de redacción con el fin de para mejorar su presencia en el mundo digital.

5.1.3.2 Justificación

La redacción periodística tiene su importancia en el momento de reportar a la sociedad cualquiera sea el medio utilizado por parte del comunicador, motivo

por la cual se convierten en conocimientos indispensables a la hora de elaborar los mensajes comunicativos que de hecho tienen la posibilidad de cambiar el accionar, como influir en las elecciones de los usuarios digitales los cuales son gran parte de los lectores de noticias.

Esta “Guía” lo que busca es llevar a cabo lo más simple la aplicación de la noticia informativa, entrevista y crónica en los medios digitales partiendo de la vivencia conseguida en el tema estudiantil. Es por esto que ahora ponemos a disposición de alumnos y expertos de la comunicación esta guía comunicacional para la redacción periodística digital del medio Aldia.com.ec.

5.2 Objetivos

5.2.1 General

Desarrollo de una guía comunicacional para la redacción digital en el medio digital Aldia.com.ec. con el fin de perfeccionar la producción informativa del medio.

5.2.2 Específicos

- Definir los contenidos y estructura de la guía comunicacional para la redacción periodística digital.
- Socializar la guía comunicacional para la redacción periodística digital, a los integrantes del medio digital Aldia.com.ec.
- Aplicar a guía comunicacional para la redacción periodística digital, en la producción informativa de los profesionales del medio.

5.3 Estructura general de la propuesta

5.3.1 Título

Guía comunicacional para la redacción periodística digital, del medio Aldia.com.ec.

5.3.2 Componentes

La consecución de los objetivos específicos de la alternativa propuesta, se llevarán a cabo de la siguiente forma:

- Definir los contenidos de la Guía comunicacional para la redacción periodística digital
- Establecer la estructura de la Guía comunicacional para la redacción periodística digital.
- Socializar la Guía comunicacional para la redacción periodística digital los integrantes del medio Aldia.com.ec.
- Aplicar la Guía comunicacional para la redacción periodística digital en la producción de noticias.

Gráfico 9. Portada de la Guía comunicacional para redacción periodística digital en el medio AIDia.com.ec.



Elaboración: Marylin Salavarría

Estructura de contenido de la Guía Comunicacional Guía comunicacional para la redacción periodística digital adaptada al medio digital Aldia.com.ec

Esta guía estará conformada por dos secciones detalladas a continuación:

- *Sección 1: redacción y estilo digital en el medio digital aldia.com.ec*
 - Palabras que no funcionan para iniciar títulos
 - Uso de la pirámide invertida
 - Redundancias.
 - Cómo escribir para la web
 - Escritura digital, usabilidad y hábitos de lectura
 - ¿cómo son y qué buscan nuestros lectores en la web?
 - El lenguaje periodístico de los contenidos multimedia para el medio digital aldia.com.ec
 - Sugerencias para los textos en la web
 - Hipervínculos, vínculos y enlaces
- *Sección 2: Sugerencias para publicar y difundir mensajes en las redes sociales*
 - Políticas para redes sociales
 - 10 puntos clave para estar en las redes sociales
 - Conducta personal dentro de las redes sociales
 - Pautas básicas de redacción para redes sociales

Desarrollo de la Guía Comunicacional Guía comunicacional para la redacción periodística digital adaptada al medio digital Aldia.com.ec

Presentación

La redacción web no se puede desligar de la gramática, así como tampoco de la comunicación. Así como el pintor necesita de los pinceles y colores, de igual manera, quien escribe para un medio impreso o digital requiere de instrumentos que le faciliten su actividad de escribir, y, por lo tanto, se dotará de los mejores recursos para servirse mejor y satisfacer a sus lectores la red.

Con el afán de atender las necesidades apremiantes que surgen al redactar para el Medio digital Aldia.com.ec, y en la búsqueda de la manera correcta de hacerlo, presentamos este Guía de redacción web, el cual recoge aspectos importantes de la redacción digital de los diversos géneros periodísticos, en un intento que pretende lograr expresarse por escrito en el Internet con exactitud, originalidad, concisión y claridad.

El presente Guía Comunicacional para la Redacción Periodística digital del medio ALDia.com.ec está dividido en dos secciones.

La Sección 1 expone todo lo relacionado con la redacción y el estilo multimedia; y la sección 2, parte de esta guía incluyen una serie de sugerencias para publicar y difundir mensajes en las redes sociales.

En su contexto real, este guía está sometido a un grado de mutabilidad y será siempre, inacabado, pues El Medio digital Aldia.com.ec siempre abierto a las nuevas herramientas que brinda la tecnología dará cabida a la incorporación de nuevas sugerencias y maneras de trabajar en la era digital.

VI. SECCIÓN 1. REDACCIÓN Y ESTILO DIGITAL EN EL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC

La forma de estructurar los textos en Internet está determinada más por razones funcionales que por simples razones estéticas, literarias o artísticas... Si la información del sitio web es difícil de leer o no responde las preguntas claves de los usuarios, estos nos abandonan

- ⇒ Los titulares para la versión digital de El Medio digital Aldia.com.ec deben tener por sí solo sentido y explicarse por sí mismos, pues en páginas de inicio, resultados de búsquedas, canales RSS, boletines enviados a través de correo electrónico, los titulares aparecen desplegados fuera de contexto, es decir, no tienen material rodeándolo para facilitar su interpretación.
- ⇒ Hay que tratar de no utilizar títulos que pretendan ser divertidos o con juegos de palabras. Es mejor titular de manera directa y eficiente.
- ⇒ Cuando se trabaja con textos que provengan de la edición impresa, el antetítulo, título y el sumario son los que deben proveer los elementos para reescribir el texto según el formato de la pirámide invertida para la versión digital. Idealmente, es el autor del texto quien debería escribir la versión Web.
- ⇒ Los dos puntos son un recurso válido para recargar a mano izquierda de la frase los elementos más informativos, las palabras portadoras de información.
 - Al redactar para Internet se debe comenzar con información general y luego suministrar enlaces a más detalles e información suplementaria.

- ⇒ No siempre los textos largos contienen más información. Una nota Web podría escribirse de manera extensa, pero podría tomar demasiado tiempo leerlo, por lo que los usuarios abandonarán el sitio y buscarán piezas más cortas y más fáciles en otro lugar.

- ⇒ Se recomienda, para que el autor/editor pueda sacar máximo provecho del medio, entregar el máximo de información en el mínimo de palabras. Para artículos cortos 600 palabras. Su lectura toma 3 minutos, asumiendo 200 palabras por minuto. Artículos largos: 1.000 palabras. Su lectura toma 5 minutos, también asumiendo 200 palabras por minuto.

1.1. PALABRAS QUE NO FUNCIONAN PARA INICIAR TÍTULOS

- ☞ Los artículos (el, la, los, las, un, uno, una, unas...) están dentro de la categoría de las peores palabras para comenzar frases, en especial títulos, intertítulos e ítems en enumeraciones. Además, los artículos son los primeros prescindibles cuando se trata de ajustar longitud de frase a campos limitados por caracteres.

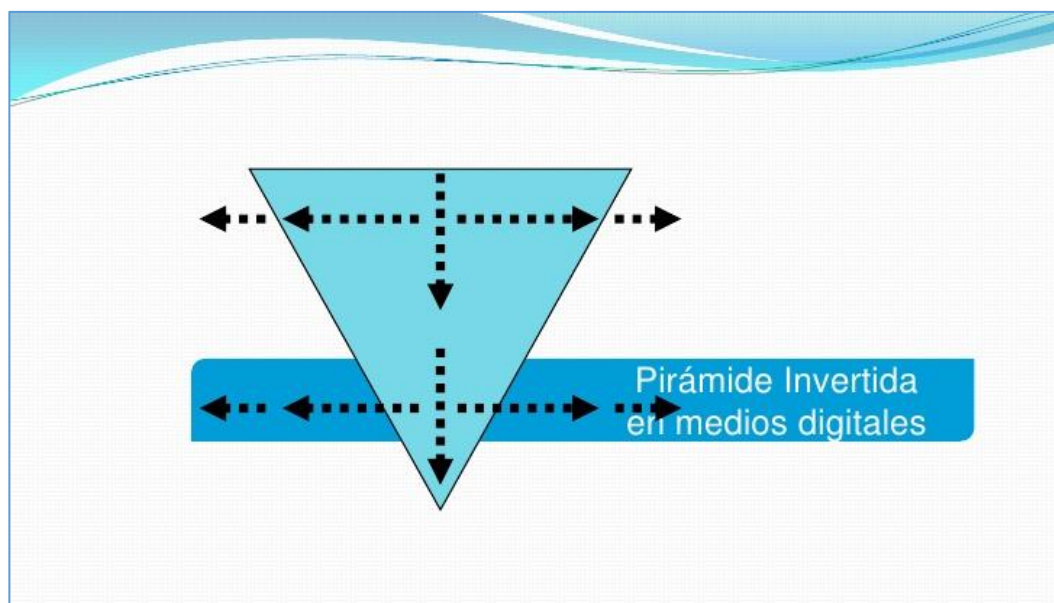
- ☞ Se recomienda no empezar con expresiones de enlace como: además, a saber, ahora bien, al menos, al parecer, a pesar de esto, así, así pues, ciertamente, con todo, de hecho, de todas formas, después de todo, dicho esto, en cambio, en consecuencia, en efecto, en una palabra, en fin, en realidad, es decir, finalmente, hasta cierto punto, más aun, mejor dicho, por consiguiente, por lo tanto, por ejemplo, por otro lado, por último, pues bien, vale decir, aunque, sin embargo, no obstante.

- ☞ No se deben escribir frases muy largas en un texto. Es mejor dividir una frase larga en varias breves. Con tal fin puede acudirse a el uso de los dos puntos, puntos seguidos, puntos y comas o incluso puntos apartes.

1.1.1. USO DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA

Con la llegada de Internet y su popularización como medio informativo se recuperó y se modernizó la famosa pirámide invertida, lo que exigió para ella un nuevo estilo. Hoy está claro que la noticia de Internet debe redactarse con este tradicional esquema, solo que adaptado a nuevas exigencias. Hay, pues, un nuevo estilo de pirámide invertida.

La vieja pirámide narra tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lead, y finalmente en el cuerpo. Se enunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lead) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lead, hasta el final del cuerpo. Título y lead pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información.



Fuente: <http://e-periodismoenlared.blogspot.com/2015/08/en-redaccion-periodistica-una-de-las.html>

La estructura de la pirámide invertida en la mayoría de las ocasiones exige del autor/editor esencialmente un ejercicio de jerarquización de los elementos de la información, define la importancia relativa de cada uno de ellos, lo que permite ubicarlos dentro de la página Web en orden decreciente de importancia. Esta será obviamente una valoración subjetiva del autor/editor.

Esta nueva forma exige palabras cortas, conocidas y precisas. Es una pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo pauta para todos los medios. Incluso la novela y el cuento, el reportaje y la crónica, el ensayo y el informe científico escritos en papel deben acomodarse a este nuevo estilo, el de palabras cortas, conocidas y precisas. Un estilo que nos exige escribir fin en vez de propósito, porque es más corto; trabajo en vez de rol, porque es más conocido, y colibrí en vez de ave, porque es más preciso (si efectivamente es un colibrí).

La frase debe ser corta, sin exceso de incisos ni de circunstancias. El ritmo de frase larga + frase corta + frase larga resulta ideal para conformar un párrafo eficaz e impactante. El núcleo de cada frase, debe ser fuerte y directo, claro, y no débil y sinuoso. Adverbios y adjetivos no pueden ser valorativos, sino descriptivos y exactos. Además, se debe extremar la mesura en figuras y juegos de palabras.

La escritura en Internet requiere más que ninguna otra la economía de palabras, lo que finalmente ha venido a convertirse en pauta de todo texto escrito. Locuciones como a la mayor brevedad posible o en el día inmediatamente anterior ya son piezas de museo, pues fueron reemplazadas definitivamente por equivalentes más cortos como cuanto antes y ayer. Cuando un texto permanece en la Web indefinidamente, referencias temporales como ayer y hoy pierden sentido; tiene más sentido mencionar el nombre del día, e incluso la fecha completa.

Otras referencias temporales, como acaba de, hace algunos minutos, por ejemplo, pierden rápidamente vigencia. En estos casos, tal vez resulte más conveniente citar una hora específica.

La innovación, sin embargo, va más allá del simple estilo y toca la sintaxis. Cuántas veces nos han exigido el orden sujeto-verbo directo- indirecto-circunstancial, y cambiar una voz pasiva por la activa.

Desde la perspectiva de la economía de palabras, el uso de verbos fuertes también es recomendable. Escriba, por ejemplo, decidir en lugar de tomar una decisión, usar en lugar de hacer uso, o encuestar en lugar de hacer una encuesta.

Elimine las repeticiones de información, especialmente las derivadas de la forma en que se estructuran los textos en la edición impresa del periódico. Los textos impresos están estructurados de manera tal que algunos párrafos repiten la información.

El proceso de reedición para Internet debe iniciarse con la eliminación de tales repeticiones. Hay, sin embargo, otros elementos que se recomiendan ser eliminados en un texto, entre otros:

Cualquier párrafo que no apoye el foco de la historia. (En esta categoría podrían entrar algunos formatos no ajustados a la estructura de la nueva pirámide invertida, por ejemplo, el arranque con casos particulares).

Las citas, anécdotas o escenas más débiles, para dar más fuerza a las más importantes.

Adverbios que intensifiquen en vez de modificar:

seguramente, enteramente, extremadamente, completamente, exactamente.

Frases que se construyan sobre verbos: parece, tienda a, debería haber, trata de.

Sustantivos abstractos que contienen verbos activos: consideración se convierte en considera; juicio se convierte en juzga; observación se convierte en observa.

1.1.2. REDUNDANCIAS.

Pues bien, el nuevo estilo en Internet, nos exige cambiar estos paradigmas. La información en la pantalla se lee –se ve-, configurando un patrón en F, donde los

usuarios solo ven el primer tercio de los titulares, primera frase de los párrafos y de intertítulos cuando exploran la página. Así que a la izquierda debe ir la palabra más significativa y no necesariamente la primera palabra del sujeto de la frase.

La nueva sintaxis acude con menos prevención a la voz pasiva, recupera el recurso de los dos puntos, unifica el uso de cifras para todas las cantidades y en muchos casos, especialmente títulos e intertítulos, prescinde de los artículos.

La revolución en los aspectos de redacción y sintaxis es profunda y no se queda en el propio medio, sino que altera el estilo de todos los demás medios y de todos los géneros.

La redacción en la web significa un cambio de estilo, un cambio sintáctico, una revisión de los géneros tradicionales de escritura y un desafío para los productores de contenidos informativos, pues ya sus productos no solo se publican en el papel sino en la versión digital del medio de comunicación.

1.2. CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB

Las características de Internet condicionan la labor periodística. En Internet el mensaje informativo debe permitir al lector o usuario elegir la profundidad a la que quiere llegar en el conocimiento de un asunto, por ello debe ofrecerse la información en pequeñas piezas. Las noticias deben ser directas e inmediatas, con alcance global pero haciendo foco en el contexto local: el estado Nueva Esparta.

Los estudios sobre hábitos de lectura en la red muestran la tendencia de los usuarios a “escanear” las páginas web en busca de títulos y resúmenes. Según Jacob Nielsen, el 79 por ciento de los usuarios no lee el texto completo sino que captura algunas palabras u oraciones sueltas. Sólo el 16 por ciento lee palabra por palabra.

Por esa razón, títulos adquieren un papel fundamental: su función es atraer la atención del lector. Debido a la naturaleza propia de Internet, los textos deben ser breves y concisos pero atractivos y bien escritos. Y deben ofrecer información de contexto suficiente, contemplando que la información estará disponible para usuarios de diferentes lugares geográficos y desde cualquiera de los 24 husos horarios.

1.2.1. Escritura digital, usabilidad y hábitos de lectura

- a. Al redactar noticias para Internet, hay que tener en cuenta los siguientes principios:
 - a. Gran parte del trabajo de escritura para la Web consiste en hacer que el lector encuentre lo que necesita con facilidad.
 - b. Los usuarios que leen en sitios de Internet tienden a enfocar primero el texto del artículo y mirar luego las fotos y gráficos. Los lectores de noticias on line visitan en promedio seis sitios informativos en cada sesión de lectura y se enfocan en recopilar información.
 - c. Los artículos Web deben ser cortos y precisos. Deberían ser la mitad de largos que los destinados a la edición impresa. Es aconsejable dividir los artículos en bloques de texto de no más de 500 palabras y ubicarlos en páginas diferentes del mismo sitio, aunque enlazados.
 - d. La falta de claridad en la presentación y ordenación de las noticias es un típico problema de la prensa en Internet. Se trata de reducir la

carga cognitiva para que se produzca un procesamiento de la información eficiente y rápido.

- e. Los títulos y subtítulos deben ser claros, simples y concisos. Los párrafos deben contener una única idea, Los títulos pueden ir en una sola línea.
- f. Se debe utilizar un lenguaje objetivo, sin exceso de adjetivos, palabras redundantes o afirmaciones no basadas en evidencias, es decir, lo contrario del lenguaje promocional.
- g. No se deben utilizar textos parpadeantes o deslizantes, ya que dificultan la tarea de leer y hacen difícil prestar atención a otro punto de la página.
- h. Un estudio de Nielsen y Morkes (1997) muestra que el lenguaje conciso y objetivo, así como una estructura ojeable (escaneable), aumentan la usabilidad de un sitio web en 124 por ciento.
Principales conclusiones:

☞ El texto atrae más a los usuarios que los gráficos o fotos. Los titulares directos y simples funcionan mejor. En una página promedio, los usuarios se fijaron más en fotos que en gráficos: 64 por ciento de fotos y 22 por ciento de gráficos. Las historias cortas fueron tres veces más vistas que las largas.

☞ Cuando los usuarios encontraron una historia con un párrafo de introducción en negrita, el 95 por ciento de ellos lo miraron todo o parte de él. En general, la lectura es superficial. Sin embargo, cuando se encuentra algo de interés es más profunda (más del 75 por ciento del texto elegido).

- ☞ Es más probable que los usuarios recuerden correctamente hechos, nombres y lugares cuando son presentados con la información en formato texto. La información conceptual, no familiar, es más exactamente recordada cuando los participantes la reciben en un formato gráfico multimedia.

1.2.2. ¿Cómo son y qué buscan nuestros lectores en la Web?

- ⇒ El lector digital necesita que el medio jerarquice las noticias. El lector del impreso tiene varios puntos de entrada a las páginas, aunque puede ser influido por la tipografía, el tamaño de los títulos y el espacio dado a determinada información.
- ⇒ El lector digital necesita conocer la hora de la actualización de la información. El lector del impreso sabe que está leyendo noticias de ayer.
- ⇒ El lector digital no tiene mucho tiempo: el contenido debe ser rápido, directo, fluido, totalizador. El lector del impreso tiene tiempo para leer, necesita profundidad, contextos, referentes. Tiene el hábito de volver a leer lo que le ha interesado. El lector del impreso utiliza el periódico como un documento cuando lo considera necesario.
- ⇒ El lector digital necesita selección adecuada de contenidos, no abundancia. El lector del impreso quiere mucho material para leer, prefiere seleccionar él lo que le ofrece el menú del periódico.
- ⇒ El lector digital ya piensa en multimedia: texto, audio, video, animación. El lector del impreso privilegia el texto escrito y la fotografía como elementos principales de la información.

⇒ El lector digital no tiene límites: su periódico se actualiza en forma permanente y no cesa de entregarle nueva información. El lector del impreso tiene un límite: la edición que tiene en sus manos se cerró a determinada hora y siempre estará desactualizada en relación con el medio digital.

El lector digital, además:

- a. Tiende a ser más especializado. Será parte de una comunidad virtual, personas que comparten los mismos intereses, aunque estén localizados a grandes distancias uno del otro.
- b. Busca sólo las noticias que le interesan. Quiere tener la oportunidad de elegir, entre una amplia oferta, aquella información que le afecte según sus condiciones y aspiraciones personales.
- c. Tiene conocimientos de multimedia, sabe algo de informática, le interesan las nuevas tecnologías.
- d. Le gusta descubrir cosas: no es pasivo y explora Internet hasta encontrar las páginas que más le atraigan a sus inquietudes de información y entretenimiento. Demanda innovación permanente.
- e. Es joven o tiene actitud joven. Es una generación menos lectora o refractaria a la solución monomediática de lo impreso y es más abierta a códigos visuales, diseño, interactividad y efectos tecnológicos.
- f. Se siente más cercano al equipo de redacción del periódico. La interactividad y la inmediatez que ofrece Internet le da la

posibilidad de sentirse parte de la redacción, de charlar con los editores, cuestionar su trabajo y ser parte del periódico al proporcionar información.

- g. Lee Internet en forma discriminada. Sólo entra y se queda en aquello que le interesa.

1.3. EL LENGUAJE PERIODÍSTICO DE LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA PARA EL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC

El lenguaje periodístico utilizado en los contenidos multimedia de El diario ALDia.com.ec debe contener veracidad, objetividad, imparcialidad, claridad, precisión, concreción y sencillez.

Las historias que se cuentan en contenidos multimedia deben observar la estructura de la pirámide invertida o al menos responder a una de las seis preguntas del periodismo: que, cuando, como, donde, quien y por que.

1.4. SUGERENCIAS PARA LOS TEXTOS EN LA WEB

- ⇒ Una sigla es un término compuesto por las iniciales de los nombre propios colectivos. Al acrónimo lo define como una palabra que se logra combinando silabas (iniciales o no) de un nombre colectivo. En la versión digital de El Medio digital Aldia.com.ec se recomienda que cuando se mencione por primera vez un organismo que se distinga por una sigla, se debe dar el nombre completo de la entidad, seguido de la sigla entre paréntesis. De allí en adelante se utiliza únicamente la sigla. Puede exceptuarse de esta norma las siglas de organismos que son de conocimiento público general.

- ⇒ Las letras de una sigla deben ir en mayúscula cuando esta no tenga más de cuatro letras. Si excede este número, solo irá en mayúscula la letra inicial, a menos que carezca de vocales que hagan impronunciable.

- ⇒ El Medio digital Aldia.com.ec recomienda establecer normas para el manejo de cifras en la edición digital. Para cifras simples (1,2,3 y hasta 4 dígitos: 7, 99,123, 1.234) se debe utilizar números para facilitar su lectura en pantallas de computador. La utilización de dígitos para presentar cifras simples, en lugar de letras, también permite reducir el número de caracteres para ajustarlo a los campos de un sistema de administración de contenido, o su aparición en dispositivos móviles.

- ⇒ No hay que temer comenzar párrafos, frases e ítems en enumeraciones con números escritos en dígitos, siempre y cuando se trate de cifras simples y le ayuden a dar fuerza a la segunda palabra portadora de información. Los dígitos atraen la atención porque representan hechos que los usuarios valoran.

- ⇒ Se recomienda usar palabras en lugar de números cuando no representen hechos. Por ejemplo: “miles de personas asistieron al sepelio”.

- ⇒ Mezcle números en dígitos y letras cuando se trate de cifras complejas, si con ello facilita su lectura.

- ⇒ Hay que restringir el uso de los números romanos casi exclusivamente al orden de papas y reyes, y al número del siglo. Por facilidad de lectura, se recomienda utilizarlos en el número de orden de congresos o conferencias especializadas.

- ⇒ Hay que escribir los números o cifras en recuadros, gráficos de estadísticas y cualquier listado que no vaya en texto corrido.

- ⇒ En El Medio digital Aldia.com.ec los días del mes deben escribirse en número, excepto el primero, que se escribe en letras (el orden correcto de una fecha es el día, mes y año). Los años (sin punto; por ejemplo, Porlamar 2 de diciembre de 2011). Si se trata del número de años, llevan la puntuación de las cifras; por ejemplo, 3.500 años después).

- ⇒ Cifras grandes, pero no redondas, es recomendable escribirlas en números.

- ⇒ Utilice las palabras miles, millones y billones para reemplazar 3, 6 o 12 ceros para facilitar la lectura del usuario en la pantalla.

- ⇒ Cuando en una noticia que va a publicarse en la versión digital del periódico se menciona en números que identifique un texto legal (Decreto Ley 4385, Ordenanza 123).

- ⇒ Los porcentajes. Cuando se menciona el porcentaje de un texto se debe escribir el símbolo (%), igualmente cuando va en gráficos o cuadros estadísticos.

- ⇒ La numeración de distancias en metros (mts) o kilómetros (kms), y de alturas en metros (mts).

- ⇒ Las horas también deben ir en números, seguidas de los términos antes meridiem (AM) o post meridiem (PM). Los grados de temperatura, la intensidad de un sismo.

- ⇒ En el caso de los resultados de las competencias deportivas, los resultados también deben escribirse en números. En este caso se recomienda entregar e letras las unidades, por ejemplo, 3 minutos, 17 segundos, 34 centésimas.
- ⇒ Los números que sean parte integral de una marca o del nombre de un producto, por ejemplo, Mazda 356.
- ⇒ Los grados y minutos de latitud y longitud.
- ⇒ Los resultados de votación deben ir en números; y las probabilidades en apuestas.

1.4.1. Hipervínculos, vínculos y enlaces

En El Medio digital Aldia.com.ec los enlaces se clasifican en vínculos internos

(contenidos relacionados en el mismo portal web) y vínculos externos.

Vínculos internos: los enlaces de esta categoría vinculan a contenido publicado con anterioridad o el mismo día en El Medio digital Aldia.com.ec.

Vínculos externos: los enlaces de este tipo envían a contenidos fuera del sitio de El Medio digital Aldia.com.ec, y pueden ser organizaciones, organismos oficiales, otros sitios de noticias y/o blogs, procurando siempre que sean sitios confiables y reconocidos.

No es bueno abusar del recurso, para evitar sobrecarga de información y una innecesaria fragmentación de la lectura. Como se detalla más abajo, pueden ubicarse en un recuadro al final del texto o ser insertados en la noticia. En ambos

casos, al lector se le debe dar una idea clara de por qué se le está sugiriendo que enlace con otra página web.

De la claridad con que se realice dicha tarea depende la toma de decisiones del lector, quien optará por seguir el enlace o continuar con la lectura.

Pueden incluirse de varios modos, según el contexto:

- a. En el desarrollo de la nota, cuando se nombra la institución, empresa o sitio en cuestión.
- b. En el desarrollo de la nota, cuando se nombra a una entidad o sitio no del todo conocido. En estos casos, es recomendable nombrar la institución (o empresa, etcétera) y acto seguido, entre paréntesis, indicar el dominio.
- c. En la nota, cuando se hace referencia a una información que está desarrollada en otro sitio al cual se reenvía.
- d. Al final de la nota, después de un subtítulo, para que el lector pueda seguir navegando en búsqueda de información que guarde alguna relación. Colocando: links relacionados y mencionándolos.
- e. En casos especiales, cuando por motivos periodísticos sea imprescindible incluir enlaces a sitios con contenidos que puedan lesionar la susceptibilidad de lector; que no sean aptos para menores de edad; o que al visitarlos el usuario pueda quedar expuesto a cualquier tipo de vulnerabilidad o amenaza informática, deberá colocarse la siguiente leyenda en un lugar visible de las columnas auxiliares:

Este artículo contiene enlaces externos hacia otros sitios en Internet. Dichos sitios no forman parte de www.aldia.com.ec no se responsabiliza por su contenido o disponibilidad. Cuando haya terminado de visitarlos, podrá volver a nuestro sitio cerrando la respectiva página o presionando la opción “Atrás” (Back) en su navegador.

Recomendación: se debe acortar el texto sin sacrificar la profundidad del contenido dividiendo la información en múltiples nodos conectados por enlaces de hipertexto. La información de contexto larga y detallada puede ser relegada a páginas secundarias; similarmente, información de interés de una minoría de lectores puede ser ofrecida a través de un enlace sin castigar a aquellos lectores que no la desean. La creación de hipervínculos estará restringida a medios que no compitan directamente con www.aldia.com.ec

SECCIÓN 2: SUGERENCIAS PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR MENSAJES EN LAS REDES SOCIALES

2.1. POLÍTICAS PARA REDES SOCIALES

Las plataformas de medios sociales continúan emergiendo como herramientas esenciales de reporteria. Estos medios ofrecen excitantes oportunidades para que los reporteros colecten información y para que las

organizaciones periodísticas expandan el alcance de su contenido, pero también conllevan desafíos y riesgos. Implantar reglas excesivamente draconianas desalienta la creatividad y la innovación, pero permitir una discusión incontrolada abre las puertas a problemas y convierte las organizaciones periodísticas en responsables de las conductas de empleados irresponsables.

Los medios sociales son una poderosa forma de alcanzar millones de nuevos lectores y expandir el impacto de nuestra información. Son un complemento útil para nuestro trabajo mientras sean mantenidos los principios de imparcialidad, exactitud y transparencia. Redes sociales comunes en Ecuador y el cantón Quevedo incluyen Twitter, Facebook, Foursquare, Tumblr y Posterous, aunque esta lista no es exhaustiva. La ubicuidad y la rápida evolución de las redes sociales pueden hacer difícil definir la línea entre lo personal y la expresión profesional. Para ser claros, como periodistas de El Medio digital Aldia.com.ec todo lo que publicamos es considerado un acto profesional. Esto no excluye mantener un perfil personal. Simplemente, significa que somos responsables por el contenido de ese perfil, y que todo lo que comunicamos debe satisfacer las directrices y estándares de la empresa periodística.

Las siguientes directrices están diseñadas para ayudar a los periodistas a mantener distancia de los “peligros” de participar en redes sociales. Estos principios están diseñados para extenderse ampliamente a través de cualquier sitio social en el que un empleado del medio pueda participar. No es la intención de El Medio digital Aldia.com.ec controlar las vidas privadas, pero el uso de los canales de medios sociales por parte de un empleado podría comprometer su credibilidad profesional y la de la empresa editorial.

2.1.1. 10 puntos clave para estar en las redes sociales

1. Las reglas éticas tradicionales también se aplican online.
2. Asuma que todo lo que escribe online llegará a ser público.
3. Use los medios sociales para relacionarse con los lectores, pero profesionalmente.
4. Publique las noticias de última hora (exclusivas) en su sitio web, no en Twitter.
5. Cuidado con las percepciones.
6. Autentique independientemente todo lo encontrado en un sitio de redes sociales.

7. Siempre identifíquese a sí mismo como periodista.
8. Las redes sociales son herramientas, no juguetes.
9. Sea transparente y admita cuando esté equivocado online.
10. Mantenga confidencialidad sobre las deliberaciones internas.

2.2. CONDUCTA PERSONAL DENTRO DE LAS REDES SOCIALES

- ⇒ No deberíamos usar las redes sociales para expresar opiniones políticas o para propugnar por temas o agenda particulares.

- ⇒ Las publicaciones nunca deberían expresar sesgo basado en la raza, sexo, religión o nacionalidad.

- ⇒ Los reporteros y editores no deben utilizar los medios sociales para expresar opiniones relacionadas en alguna forma a sus asignaciones profesionales o tema que cubren. Debemos ser conscientes de que nuestros lectores dependen de nuestra información para la observación y la comprensión derivada de los hechos no de la opinión y el rumor. Debemos ser transparentes todo el tiempo sobre nuestras ocupaciones. La mayoría de las redes sociales incluyen una sección de perfil, que es la mejor oportunidad para proveer información de nuestra trayectoria

- ⇒ No se una a grupos o redes sociales dedicadas a una causa u opinión política en particular.

- ⇒ No se enganche en discusiones con aquellos críticos de nuestro trabajo.

- ⇒ No desacredite el trabajo de otros.

2.3. PAUTAS BÁSICAS DE REDACCIÓN PARA REDES SOCIALES

- ⇒ La integridad es un valor central. Nuestros principios éticos no cambian, incluso mientras trabajamos a través de múltiples plataformas y diferentes medios.
- ⇒ Cuando se usan redes sociales, nada de lo que hagamos debe poner en duda la imparcialidad de nuestro juicio noticioso. Nunca abandonamos las directivas que gobiernan la separación de noticias de la opinión, la importancia del hecho y la objetividad, el uso apropiado del lenguaje y el tono.
- ⇒ Los periodistas de El Medio digital Aldia.com.ec deben abstenerse de escribir, tuitear o publicar cualquier cosa —incluyendo fotos y videos— que pudieran ser percibidos como reflejo de sesgo racial, sexista, religioso o de otra clase o favoritismo que pudiera ser usado para empañar la credibilidad periodística.
- ⇒ Como un principio guía, asegúrese de terminar la sesión de Facebook o Twitter cuando apague su computador (para prevenir que ‘hackers’ tomen su cuenta y publiquen algo a su nombre o en nombre de El Medio digital Aldia.com.ec que podría ser embarazoso para el comunicador social).
- ⇒ Monitoree lo que otras personas publican en su página de cualquier red social en la que el periodista de la empresa tenga cuenta abierta.
- ⇒ Supervise en qué fotos la gente lo etiqueta. Las mismas directrices se aplican a otras redes sociales.

- ⇒ Su vida profesional y su vida personal están entrelazadas en el mundo online, de la misma forma en que lo están en el mundo real. Como empleado de una redacción, todo lo que dice, escribe o hace puede y será visto a la luz de su conexión con el periódico. Como empleado editorial usted es responsable por mantener la credibilidad del medio.

- ⇒ Piense antes de publicar. Uno de los secretos del éxito de los medios sociales es lo fácil que ha llegado a ser la participación. Ya sea que pensemos que es justo o no, otros medios usarán nuestras publicaciones en medios sociales como comentarios de El Medio digital Aldia.com.ec como una organización periodística sobre historias de actualidad.

- ⇒ No se involucre en un diálogo descortés con aquellos que puedan cuestionar su trabajo, no importa cuán rudos o provocativos puedan parecer. Recuerde que también se está representando a una empresa periodística.

- ⇒ Participe en conversaciones sobre nuestro contenido, y responsabilícese por las conversaciones que comienza.

- ⇒ Enfóquese en lo constructivo reconociendo y recompensando las contribuciones inteligentes. No recompense el comportamiento negativo con atención, pero repórtelo cuando lo encuentre.

- ⇒ Anime a los lectores de El Medio digital Aldia.com.ec a dar perspectiva, conocimiento adicional y experiencia. Reconozca los aportes de los usuarios de nuestra página web, y de todos los seguidores en las redes sociales.

- ⇒ - Las noticias exclusivas o de última hora se deberán publicar primero en la página web de El Medio digital Aldia.com.ec, no en las redes sociales. Una vez la noticia está viva en el sitio, será publicada en las redes sociales y

enlazar a la historia. Habrá casos en que mantengamos las noticias exclusivas para el periódico, o escojamos publicar actualizaciones en medios sociales, pero aquellas decisiones deberían ser tomadas en consulta con su editor digital.

- ⇒ Si el periodista tiene un blog personal o desea abrir uno, aclare el tema con el editor digital antes de proseguir. Usted no debe mezclar trabajo y material personal en un blog personal. El Medio digital Aldia.com.ec espera que usted ejercite el buen juicio, evitando cualquier publicación sobre temas que el periodista cubre para la redacción, construyendo una empresa comercial que compita con los temas que escribe su sala de redacción.
- ⇒ Cuidado con las percepciones. Si usted se hace ‘amigo’ de una fuente o ‘sigue’ a alguna persona o partido, o se une a un grupo a un lado del debate, haga lo mismo con el otro lado también. Entienda también que los lectores o usuarios pueden ver su participación como aceptación de sus puntos de vista; aclare que usted está buscando ideas para historias o simplemente esta buscando información.
- ⇒ Seguir fuentes en Twitter es crítico para reportear. En Facebook, la acción de ‘hacerse amigo’ de fuentes es un área oscura, en el mejor de los casos, principalmente porque es vista como una relación más seria.
- ⇒ ‘Seguir’ a alguien en Twitter es considerado algo más casual. Si usted tiene una página en Facebook y tiene fuentes como ‘amigos’, sea consciente de la neutralidad y de la representación que tiene en nombre del medio de comunicación cuando publica puntos de vista y opiniones.
- ⇒ La información recolectada usando redes sociales debería ser independientemente confirmada fuera de línea. El periodista debe verificar

siempre que la persona que ha contactado 'online' es de hecho la persona que usted piensa. Entreviste fuentes en persona o por teléfono siempre que sea posible. Como siempre, verifique afirmaciones y declaraciones.

- ⇒ Cuando considera Twitter como un punto de partida noticioso, el periodista debe hacer la llamada de seguimiento para confirmar lo que está viendo online. Mientras tanto, y después de consultar con el editor digital, se cita con exactitud y transparencia la información. Use lenguaje transparente de atribución tal como 'publicado en su (de él o ella) cuenta de Twitter'. Considere si agregar la hora mejorará la relevancia de lo que usted está reportando. Y ahora que está comprometido con esto, continúe siguiendo el canal para actualizaciones o correcciones.

- ⇒ Sin contacto directo y confirmación, es menos probable que usemos informaciones encontradas a través de las redes sociales, a menos de que exista una razón convincente para hacerlo. Debemos haber agotado todos los medios razonables de buscar información y documentar las noticias y la identidad de quien publica algo antes de publicarlo o republicarlo. Consideraremos si no había otra fuente de información y si había intenso interés local y/o regional en la historia.

- ⇒ Si el periodista de El Medio digital Aldia.com.ec, desea publicar un correo electrónico interesante o el mensaje que ha recibido de un lector, debe ser claro en su publicación que el correo electrónico o mensaje es de otra persona y que las palabras no son suyas. Debe también verificar la exactitud del comentario porque es el periodista es responsable por la exactitud de lo que republica.

- ⇒ Al usar redes sociales tales como Facebook, LinkedIn, My Space o Twitter para reportear, debemos proteger nuestra integridad profesional. Los periodistas de El Medio digital Aldia.com.ec deberían identificarse a sí mismos como tales. Debemos ser exactos en nuestra reportería y

transparentes sobre nuestras intenciones cuando participamos. Debemos ser concisos y claros cuando describimos quiénes somos y qué información buscamos.

⇒ Cuando los empleados (periodistas, reporteros, fotógrafos o corresponsales) interactúan con el público ‘online’, deben recordar que representan a la compañía y deben conducirse apropiadamente.

⇒ Cuando reporte información de un medio social, asegúrese de lo siguiente:

☞ La fuente debe ser clara. ‘Una página de MySpace registrada por Juan Pérez’, por ejemplo.

☞ Dígale al lector que la información contenida en el sitio coincide con lo que conocemos a través de fuentes independientes.

Cuando sea posible, indicaremos por cuánto tiempo ha estado publicando una persona en el sitio. Explique las normas en las que contactó a quien publica. Por ejemplo:

‘Esfuerzos para contactar a Rodríguez a través de la red social fueron infructuosos’; o ‘Llamadas a una persona registrada con ese no nombre no fueron respondidas’.

Cuando cite algo de un sitio, sea cuidadoso con la atribución. Sí: ‘En un sitio registrado a Juan Pérez, un mensaje fue publicado diciendo...’, o por ejemplo, ‘una persona que publicó como Juan Pérez dijo...’, corroborado que lo publicaron.

☞ En caso de una publicación errónea, borre y publique una versión corregida, haciendo notar la corrección. Sobre todo, debemos evitar

cualquier acción que pudiera poner en tela de juicio nuestra imparcialidad. Cuando tenga dudas, contacte al editor como guía.

- ☞ No publique material sobre las reuniones internas del personal de El Medio digital Aldia.com.ec, o sobre reservas personales sobre otros empleados y lectores. Los procesos internos de la sala de redacción y la junta editorial son confidenciales, como son las prácticas de negocios y decisiones de la compañía. No ventile en medios sociales quejas sobre alguien con el que tiene tratos representando al periódico. Debe ser hecho en privado.

6.1 Resultados esperados de la alternativa.

Con el desarrollo de la guía comunicacional se pretende lograra posicionar la marca del medio Digital AIDia.com.ec, mediante la aplicación de una correcta redacción periodística para medios digitales.

Se pretende aumentar la presencia del medio digital AIDia.com.ec en la web como medio digital, para posicionarse, para darse a conocer, para interactuar con sus usuarios contribuyendo a la creación de comunidades, apoyando a la comunicación y al mismo tiempo motivar a los empleados internamente creando un sentido de pertenencia y orgullo entre los mismos y proyectar una imagen externa positiva, lo que directamente incide en el buen funcionamiento de la compañía y en una buena reputación en el área del periodismo digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, L. (2006). *Periodismo Digital: Los grandes diarios en la Red* (Vol. 1). Buenos Aires: La Crujía.
- AlDía.com.ec. (2017). *Código deontológico*. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de AlDía.com.ec: <http://www.aldia.com.ec/codigo-deontologico/>
- AlDía.com.ec. (2017). *Quiénes Somos*. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de [aldia.com.ec: http://www.aldia.com.ec/quienes-somos/](http://www.aldia.com.ec/quienes-somos/)
- Armentia, J. I., & Caminos, M. J. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Ariel.
- Bacallado, B. J. (2010). La empresa informativa, una asignatura pendiente: ¿cómo definir las estrategias de gestión de personal. *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20045828bacallado.pdf>
- Cabrero, C. (2005). *Periodismo Digital en Bolivia*. Bolivia: Plural Editores.
- Calvo, M. G. (2016). *La evolución de la estrategia de la comunicación persuasiva: de la estrategia global única a las tácticas locales*. Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Salamaca: Livros LabCom.
- Canga, L. J. (15 de Noviembre de 2000). *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión*. Obtenido de [ucm.es: http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm](http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm)
- Castillo, M. D. (2012). *Estudio y propuesta para optimizar la aplicación de los lineamientos y directrices en las ediciones digitales de los periódicos paceños El Diario, La Razón y La Prensa*. La Paz, Bolivia: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS. Obtenido de Chasqui La revista.
- Díaz, N. J., & Salaverría, R. (2004). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Ariel.
- Dorta, & Gutiérrez, R. (2016). *Guía de redacción para el medio de comunicación digital especializado* www.ovaciondeportes.co. Colombia: UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.
- Edo, C. (11 de Mayo de 2000). Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*(6), 63-78. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de

<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0000110063A.PDF>:
<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0000110063A.PDF>

Fernandez, V. (2003). Art "escribir para Internet". *Revista La Razón y la palabra*,
<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n31/vfernandez.html>.

Fernández-Fígares, R. d. (Marzo de 2009). *Globalización y medios de comunicación*. Recuperado el 14 de Febreo de 2019, de
<http://cdc.escogranada.com/2009/03/globalizacion-y-medios-decomunicacion/>

García, J. A. (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Dykinson.

García, Y. J. (2003). *Tecnología de la comunicación e información*. España: Síntesis.

Herrera, I. M. (2005). Art. Ciber redacción periodística: Nuevo lenguaje para un nuevo medio. *Revista Chasqui*. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de
<http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>.

Iglesias, M. G., & Fernández, M. D. (11 de Noviembre de 2011). *Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología*. *Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Recuperado el 16 de Febrero de 2019, de [rua.ua.es: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/46485/1/2011BilbaoComunicacionCiberperiodismo.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/46485/1/2011BilbaoComunicacionCiberperiodismo.pdf)

Jordar, M. Á. (2010). *Era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios, nuevos profesionales*. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de www.razonypalabra.org.mx/N/N71/.../29%20JODAR_REVISADO.pdf

López, R. A. (2011). *La representación gráfica de la información en el nuevo diseño de periódicos*. Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Maisanche, C. W. (2015). *LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN LA PÁGINA WEB DEL DIARIO EL HERALDO DE LA CIUDAD DE AMBATO*. Ambato: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Meso, A. K. (2006). *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital*. (. Recuperado el 13 de Febrero de 2019, de Ull.es: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>

Navarro, P. (2000). *"Internet como dispositivo de interacción virtual"*. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de <http://www.netcom.es/pnavarro/Publicaciones/InternetDispoInteracVirtua.html>

Pose, J. C. (2001). *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.
Barcelona: Universidad de Barcelona.

San Martín, P. (2003). *Hipertexto, seis propuestas para este milenio*. La Crujía.

Zárraga, J. L. (2009). Art. Los medios de comunicación en Internet. *Revista Argos*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
ENCUESTA A USUARIOS DEL MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC



El principio de confidencialidad será absoluto, en virtud de que la información brindada, se la utilizará estrictamente para los fines de esta investigación.

1. - Conoce al medio digital Aldia.com.ec

Si

No

2.- ¿Cuál es la plataforma que más utiliza para navegar en el medio?

Redes Sociales (Facebook)

Página Web

3. ¿Cuántas veces al día visita el medio, por alguna de sus plataformas?

1 vez al día

2 veces al día

3 o más veces al día

cada vez que publican

4.- ¿Escoja al menos 2 opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación digital?

Demasiados video virales o noticias sin importancia

La publicidad

El tamaño de las noticias

La velocidad de la página

5.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec ofrece credibilidad en a la publicación de sus noticias?

Si

No

6.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec ofrece claridad y fácil entendimiento en las noticias publicadas?

Si

No

7.- ¿A su parecer como usuario del medio, qué tipo de noticias encuentra usted más a menudo en el medio digital aldia.com.ec?

Crónica

Espectáculo

Política

Educativa

Cultural

8.- ¿Cree usted que el medio digital Aldia.com.ec puede mejorar en su redacción periodística?

Si

No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE MEDIO DIGITAL ALDIA.COM.EC



El principio de confidencialidad será absoluto, en virtud de que la información brindada, se la utilizará estrictamente para los fines de esta investigación.

1.- ¿Cuándo fue creado el sitio web de AIDia.com.ec?

2.- ¿Al crear el medio digital AIDia.com.ec, tenía conocimientos previos de cómo funcionaba la plataforma de internet para medios digitales?

3.- ¿Cada cuánto tiempo se actualiza el contenido de la página de AIDia.com.ec?

4.- ¿Cuenta el medio con un manual de estilos o de edición para medios digitales y redes sociales?

5.- ¿Publica información en las redes sociales, cual es la más frecuente?

6.- ¿Publica información en su portal digital antes que en las redes sociales?

7.- ¿Cuál es el tipo de contenido más difundido en el medio?

8.- ¿Tiene personal dedicado a monitorear las redes sociales para publicar noticias?

Chequea las fuentes offline antes de publicar: _____

9.- ¿La información es revisada y contrastada por un editor antes de ser publicada en el medio?

10.- ¿Qué perfil profesional tienen los periodistas que laboran en el medio?

Recibieron algún curso de especialización para laboral en el medio: _____

11.- ¿Han tenido algún problema legal con el sitio web referente a una noticia publicada?

FOTOS ENTREVISTA AL REPRESENTANTE DEL MEDIO DIGITAL



FOTOS DE ENTREVISTA A USUARIOS DEL MEDIO



PRESUPUESTO

Cuadro 3. Presupuesto.

Ítem	Cantid ad	Valor	Total
Movilización	1	\$40,00	\$40,00
Alimentación	1	\$40,00	\$40,00
Horas de internet	100	\$0,60	\$60,00
Impresiones	10	\$3,00	\$30,00
Cd's	4	\$0,50	\$2,00
Anillados	10	\$3,00	\$30,00
Copias	10	\$2,00	\$20,00
Empastados	4	\$6,00	\$24,00
Total			\$246

Elaborado por: Jazmina Marilyn Salavarría Napa

LISTA DE MEDIOS DIGITALES REGISTRADOS OFICIALMENTE EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS



MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL A NIVEL NACIONAL

RUC MEDIO	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	NOMBRE MEDIO	TIPO MEDIO	CLASIFICACIÓN	SERVICIO	FRECUENCIA CANAL	PROVINCIA	CANTÓN
1204968901001	ALAN EDUARDO ALVARADO PAREDES	SAMBAR	VERSATILES.TV	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1206706697001	MOYANO MORAN BOLIVAR JAVIER	SIN NOMBRE COMERCIAL	EL DETECTIVE DIARIO	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1206013680001	SOTO ALBAN MARTIN ALFONSO	SIN NOMBRE COMERCIAL	CLICK.COM.EC	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1205966607001	PARRAGA ARAUJO MAX GREGORIO	SIN NOMBRE COMERCIAL	EL PORTAVOZ TV	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	URDANETA
0940401516001	GOYA MALLEA MARLON OMAR	SIN NOMBRE COMERCIAL	BABAHOYO AL DIA	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1202665061001	WESTERBERG MALDONADO ERIK IVAR	WESTERBERG REPRESENTACIONES	C6 TELEVISION	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1205740564001	FLORES MONTOYA MARIA TERESA	INFORMATIVO DIGITAL EL VOCERO	INFORMATIVO EL VOCERO	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1205576786001	MERO ORMAZA JESUS OLMEDO	LAVOZ POPULI	WWW.LAVOZPOPULI.COM	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
0932839678001	INFOALDIA BRICANG S.A.	DIARIO ALDIA.COM.EC	ALDIA.COM.EC	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO
1202984942001	VILLACÍS VÁSQUEZ XAVIER HUMBERTO	CONTEXTO.EC	www.contexto.ec	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	QUEVEDO
1200032348001	LAURA GLADYS RODRÍGUEZ GUZMÁN	TELERIOS CANAL 7	CONTENIDO	Privado	Portales informativos en internet	Portales Informativos		LOS RÍOS	BABAHOYO

Fuente: Registro Público de Medios, 2018
Base: 1163 Medios de comunicación registrados
Fecha de corte: 05/12/2018
Elaborado por: Dirección de Investigación y Análisis



FECHA: 4/2/2019
HORA: 8:18

EXTENSION - QUEVEDO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
COMUNICACION SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
ESTUDIANTE: SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
PERIODO ACADÉMICO: ENERO 2019 - MAYO 2019
MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
FASE DE MODALIDAD: PERFIL
PROYECTO DE TITULACIÓN: LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019					
FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PERFIL	2019-01-22	2019-02-02	TERMINADO	91%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1. TEMA	2019-01-30	2019-01-31	TERMINADO	90%	HABILITADO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (DESCRIPCIÓN BREVE DEL HECHO PROBLEMÁTICO)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (BREVE DESCRIPCIÓN)	2019-01-30	2019-01-31	TERMINADO	90%	HABILITADO

PROBLEMA (GENERAL).					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3. PROBLEMA GENERAL	2019-01-30	2019-01-31	TERMINADO	90%	HABILITADO

OBJETIVO GENERAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
OBJETIVO GENERAL	2019-01-30	2019-01-31	TERMINADO	90%	HABILITADO

JUSTIFICACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
JUSTIFICACION	2019-01-30	2019-01-31	TERMINADO	90%	HABILITADO

MARCO TEÓRICO PRELIMINAR (ESQUEMA DE CONTENIDOS).					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
6. MARCO TEÓRICO PRELIMINAR	2019-01-31	2019-02-01	TERMINADO	90%	HABILITADO

HIPÓTESIS (GENERAL).					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
HIPOTESIS GENERAL	2019-01-31	2019-02-01	TERMINADO	90%	HABILITADO

TIPO DE INVESTIGACIÓN

ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TIPO DE INVESTIGACION	2019-01-31	2019-02-01	TERMINADO	100%	HABILITADO

METODOLOGIA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
METODOLOGIA	2019-01-31	2019-02-01	TERMINADO	90%	HABILITADO

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	2019-01-31	2019-02-01	TERMINADO	90%	HABILITADO



JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
DOCENTE TUTOR



SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
ESTUDIANTE



EXTENSION - QUEVEDO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
COMUNICACION SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
ESTUDIANTE: SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
PERIODO ACADÉMICO: ENERO 2019 - MAYO 2019
MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
FASE DE MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION
PROYECTO DE TITULACIÓN: LA REDACCIÓN PERIODISTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019.

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

LA REDACCIÓN PERIODISTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019.					
FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PROYECTO DE INVESTIGACION	2019-02-01	2019-02-20	TERMINADO	86.25%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ESCRIBIR LA IDEA O TEMA DEL PROYECTO	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	90%	HABILITADO

MARCO CONTEXTUAL. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO CONCEPTUAL	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO

CONTEXTO INTERNACIONAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2. CONTEXTO INTERNACIONAL	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO

CONTEXTO NACIONAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO NACIONAL	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO

CONTEXTO LOCAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO LOCAL	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO

CONTEXTO INSTITUCIONAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO INSTITUCIONAL	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
SITUACION PROBLEMÁTICA	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO
PROBLEMA GENERAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PROBLEMA GENERAL	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	90%	HABILITADO
SUBPROBLEMAS O DERIVADOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
SUBPROBLEMAS O DERIVADOS	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	70%	HABILITADO
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
JUSTIFICACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
JUSTIFICACION	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	80%	HABILITADO
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	2019-02-09	2019-02-12	TERMINADO	90%	HABILITADO
OBJETIVO GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
OBJETIVOS ESPECIFICOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO II.- MARCO TEORICO O REFERENCIAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO TEÓRICO. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO CONCEPTUAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INV. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CATEGORÍAS DE ANÁLISIS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
POSTURA TEÓRICA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
POSTURA TEORICA	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	80%	HABILITADO
HIPÓTESIS. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
HIPÓTESIS GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
HIPÓTESIS GENERAL O BÁSICA	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	100%	HABILITADO

SUBHIPÓTESIS O DERIVADAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
SUBHIPOTESIS O DERIVADAS	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	100%	HABILITADO
VARIABLES					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	80%	HABILITADO
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TIPO DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TIPO DE INVESTIGACIÓN	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
19. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
MÉTODOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TÉCNICAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
INSTRUMENTOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
20. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
POBLACION Y MUESTRA	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
POBLACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MUESTRA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PRESUPUESTO					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CRONOGRAMA DEL PROYECTO.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CRONOGRAMA DEL PROYECTO	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
BIBLIOGRAFÍA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
BIBLIOGRAFIA	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO
ANEXOS.					

ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANEXOS	2019-02-17	2019-02-19	TERMINADO	90%	HABILITADO



JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
DOCENTE TUTOR



SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
ESTUDIANTE



EXTENSION - QUEVEDO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
COMUNICACION SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
ESTUDIANTE: SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
PERIODO ACADÉMICO: ENERO 2019 - MAYO 2019
MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
FASE DE MODALIDAD: INFORME FINAL
PROYECTO DE TITULACIÓN: LA REDACCIÓN PERIODISTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019..

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

LA REDACCIÓN PERIODISTICA Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO DIGITAL AL DIA.COM.EC. 2019..					
FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
INFORME FINAL	2019-02-28	2019-04-16	TERMINADO	86.5%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO I- DEL PROBLEMA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.2. MARCO CONTEXTUAL. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.2.1. CONTEXTO INTERNACIONAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO INTERNACIONAL	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
1.2.2. CONTEXTO NACIONAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO NACIONAL	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
1.2.3. CONTEXTO LOCAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO LOCAL	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
1.2.4. CONTEXTO INSTITUCIONAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONTEXTO INSTITUCIONAL	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO

SITUACION PROBLEMÁTICA	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.4.1. PROBLEMA GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.4.2. SUBPROBLEMAS O DERIVADOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.6. JUSTIFICACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.7.1. OBJETIVO GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO II- MARCO TEORICO O REFERENCIAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1. MARCO TEÓRICO. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1.1. MARCO CONCEPTUAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INV. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1.2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1.2.2. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.1.3. POSTURA TEÓRICA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
POSTURA TEÓRICA.	2019-03-07	2019-04-11	TERMINADO	80%	HABILITADO
2.2. HIPÓTESIS. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
2.2.1. HIPÓTESIS GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
HIPÓTESIS GENERAL O BÁSICA	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
2.2.2. SUBHIPÓTESIS O DERIVADAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO

SUBHIPOTESIS O DERIVADAS	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
2.2.3. VARIABLES.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3.1.1. PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
3.1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONCLUSION GENERAL Y ESPECÍFICAS	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
3.2.1. ESPECÍFICAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3.2.2. GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
RECOMENDACION GENERAL Y ESPECÍFICAS	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
3.3.1. ESPECÍFICAS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
3.3.2. GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.1.1. ALTERNATIVA OBTENIDA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ALTERNATIVA OBTENIDA	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	80%	HABILITADO
4.1.2. ALCANCE DE LA ALTERNATIVA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ALCANCE DE LA ALTERNATIVA	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
4.1.3. ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.1.3.1. ANTECEDENTES.					

ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANTECEDENTES	2019-03-31	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
JUSTIFICACION	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
4.2. OBJETIVOS. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.2.1. GENERAL.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.2.2. ESPECIFICOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.3.1. TITULO.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
4.3.2. COMPONENTES.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
COMPONENTES	2019-04-06	2019-04-11	TERMINADO	90%	HABILITADO
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA. (NO SE RESUELVE)					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
RESULTADOS ESPERADOS DE LA P.ALTERNATIVA	2019-04-06	2019-04-11	TERMINADO	90%	HABILITADO
BIBLIOGRAFÍA.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
BIBLIOGRAFIA	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO
ANEXOS.					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANEXOS	2019-04-06	2019-04-10	TERMINADO	90%	HABILITADO



JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA
DOCENTE TUTOR



SALAVARRIA NAPA JAZMINA MARILYN
ESTUDIANTE