



Facultad de Comunicación

Periodismo internacional

**LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO DIGITAL COMO
PARTE DE LA FORMACION PROFESIONAL DE LOS
COMUNICADORES EN GUAYAQUIL**

Trabajo de Investigación que se presenta como requisito para el
título de Licenciado en Periodismo Internacional

Autor

Jonatan Josué Mena Yépez

Tutor(a):

María Soledad Bejarano

Samborondón, octubre de 2009.

AGRADECIMIENTO

Ante todo quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas necesarias para poder desarrollar este proyecto y por estar siempre conmigo.

A mis padres por apoyarme en toda mi carrera, especialmente a mi madre por sus sabios consejos y por estar a mi lado en los momentos más difíciles.

También quiero agradecer a todos los decanos de las facultades de comunicación de todas las universidades de Guayaquil, quienes me ayudaron con toda la información necesaria para poder realizar esta investigación.

Agradezco también a los editores de la sección de internet de los respectivos medios de comunicación del Ecuador, quienes me ayudaron con todos sus conocimientos en periodismo digital.

Quiero darles las gracias a mis profesores que hicieron de mí un buen profesional.

En particular a mi profesora guía María Soledad Bejarano, quien me orientó durante todo el tiempo que estuve haciendo mi tesis de grado.

No puedo dejar de agradecer a mi Decana Mónica Maruri, quien me guió durante toda mi carrera hecha en la UEES.

Quiero agradecer además a todos mis amigos, quienes con sus consejos de apoyo, me animaban a seguir con este proyecto.

Por último quiero agradecer a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron para que esta tesis sea desarrollada exitosamente.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN ----- | 6 |
| 1.1 Problema de la Investigación----- | 8 |
| 1.1.1 justificación y delimitación..... | 10 |
| 1.1.2 formulación del problema..... | 11 |
| 1.1.3 Objetivo General----- | 12 |
| 1.1.4 Objetivos Específicos----- | 13 |
| 2. MARCO TEÓRICO ----- | 13 |
| 2.1 Surgimiento del Periodismo Digital----- | 13 |
| 2.1.1 EL Periodismo en la Era Digital----- | 14 |
| 2.1.2 Importancia del Periodismo Digital----- | 18 |
| 2.1.3 Tecnologías Digitales y su Rol en la Nueva Sociedad----- | 27 |
| 2.1.4 Retos y Oportunidades de las Nuevas Tecnologías para el periodismo Digital----- | 28 |
| 2.2 Situación de los Medios Tradicionales ----- | 30 |
| 2.2.1 Impacto del Periodismo Digital----- | 31 |
| 2.2.2 Expansión del Periodismo Digital----- | 33 |
| 2.2.3 El desarrollo del periodismo electrónico en Europa..... | 33 |
| 3. METODOLOGÍA ----- | 35 |
| 3.1 Conocimiento sobre el Periodismo Digital de los Decanos y Estudiantes de las Facultades de Comunicación de las Universidades de Guayaquil----- | 36 |
| 3.1.1 Estudio Diagnostico sobre la Importancia del Periodismo Digital----- | 36 |
| 3.1.2. Procesamiento y Descripción de Resultados----- | 68 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| 3.1.3 Análisis de Resultados----- | 70 |
| 4. CONCLUSIONES----- | 103 |
| 4.1.1 Recomendaciones----- | 105 |
| BIBLIOGRAFIAS | 108 |
| Anexos..... | 111 |

RESUMEN

El presente trabajo analiza la importancia que tiene el periodismo digital dentro de la formación de los comunicadores en Guayaquil. Para ello, se han realizado encuestas, entrevistas y se han recogido las opiniones de especialistas en periodismo digital, utilizando como fuentes a estudiantes y decanos de las facultades de comunicación de las diferentes universidades de Guayaquil, que tienen como carrera la concentración en periodismo, tales como: LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE, UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCA FUERTE, UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL Y LA UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO.

En su primera parte se exponen algunos principios fundamentales de lo que es el periodismo digital y el impacto que ha causado en el mundo, a fin de establecer las bases teóricas las que sustentan los análisis y los estudios estadísticos.

Luego se presenta un resumen de la expansión que tiene el periodismo digital en estos últimos años, con situaciones que ocurrieron e influyeron en los resultados obtenidos de los análisis estadísticos.

En el Último capítulo se procede a efectuar el análisis estadístico. En este capítulo se realiza una investigación de campo para determinar cómo están enfrentando las facultades de comunicación de las universidades de Guayaquil, el tema del periodismo digital y si le están dando la importancia dentro de la formación de los estudiantes. También en este capítulo se analizara como están manejando la información digital, los principales medios de comunicación del Ecuador.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los medios de comunicación digitales y de la aplicación de nuevas tecnologías a los medios tradicionales demanda una formación específica de los profesionales de la comunicación y del periodismo. El progreso de las comunicaciones y el auge de la sociedad de la información han provocado que el periodismo digital cada vez agarre más fuerzas, motivada por el deseo de dominar el mundo de la comunicación.

Internet está creando constantemente nuevas formas de comunicación que, paralelamente, crean nuevas plataformas en el periodismo, obligando además a los antiguos medios de este campo a adaptarse a los nuevos tiempos, como el hablar de una sociedad mediática.

En la actualidad, la labor periodística no sólo se limita al trabajo de reportero en un medio de comunicación tradicional, como la radio, el diario o la televisión. En estos días, es común encontrarse con periodistas que tras recoger la información la procesan y la editan, utilizando para ello procesadores de texto y herramientas de edición de audio e imagen.

Hoy, la tarea que cumple un periodista en un medio de comunicación ya no es la misma de antes. La inclusión de herramientas tecnológicas en el trabajo diario ha variado considerablemente el abanico de funciones que deben desarrollar los profesionales de la información.

A pesar de ello, aún no existe claridad sobre el rol que debe cumplir el periodismo en la era digital, y menos aún las características que deben poseer los profesionales para desempeñarse según las nuevas exigencias del mercado. Donde no hay dudas, es en los cambios que trajo consigo la digitalización de los medios de comunicación, pero el cómo enfrentarlos aún sigue siendo una incógnita.

Dentro de este contexto, el objetivo de este estudio, es identificar la importancia que tiene el periodismo digital dentro de la formación de los comunicadores. Se ha tomado como muestra la ciudad en Guayaquil. Esto sería motivo de una investigación; Sin embargo, no se profundizará sobre las causas o razones de los no obstante, sí se realizará una reflexión que

permita contrastar los hallazgos de este estudio con los obtenidos en los estudios referenciados en el marco teórico, con el propósito de aportar algunos elementos de reflexión que contribuyan al desarrollo de la formación profesional del Periodista Guayaquileño.

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El periodismo ha revolucionado, y la enseñanza de esta profesión debiera cambiar también, e ir a la par de esta transformación digital. En la actualidad, es muy difícil que un medio de comunicación no tenga presencia en la web, aunque a veces ésta resulte al principio un poco empírica o básica, e irá completándose con el transcurso del tiempo.

Ante esta realidad, surge la pregunta, ¿qué tan preparados están los estudiantes y futuros comunicadores para asumir este reto? ¿Han recibido la formación profesional apropiada para salir adelante? ¿Las facultades de comunicación de Guayaquil, tienen la capacidad y experiencia docente para ser partes de este cambio?

En este estudio se analizará el grado de importancia y de conocimiento del periodismo digital, que tienen los estudiantes de comunicación de las diferentes universidades de Guayaquil.

Vivimos en un mundo donde la tecnología predomina mucho en la vida del ser humano y más aun en sus profesiones, en la rama del periodismo lo que está cogiendo fuerza cada vez con el tiempo y que se ha vuelto una necesidad en el medio, es el periodismo digital, su especialidad emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos.

La prensa se enfrenta a desafíos tecnológicos que están ejerciendo una gran presión sobre los periodistas. Los medios tienen que hacer frente a la revolución tecnológica que representan los medios digitales, Los periódicos tienen que adaptarse, ajustarse y reinventarse. Eso quiere decir que el periodismo digital se ha hecho importante para el lector ya sea por su rapidez, por su interactividad o por su estilo directo y que les da la facilidad de poder seleccionar la información según el interés del lector. El desarrollo de este nuevo medio de comunicación ha provocado un renovado interés por el concepto de interactividad, una de sus propiedades más evidentes, así como por los principios básicos de la teoría liberal de la prensa.

Es importante, por tanto, investigar las habilidades o competencias que deben desarrollar los profesionales de la información para desempeñarse satisfactoriamente en la Era Digital, que plantea grandes retos para los periodistas, pero que sólo podrán enfrentar quienes hayan adquirido unos cimientos formativos sólidos.

Por eso, una de las principales soluciones en el terreno práctico parece ser la incorporación obligada de herramientas digitales en el proceso de enseñanza, ya que de esta manera se puede esperar que los futuros informadores trasladen los hábitos adquiridos a su trabajo periodístico cotidiano.

Por tal motivo pienso que es una necesidad conocer la importancia que tiene el periodismo digital como parte de la formación de los comunicadores y si las facultades de comunicación de las respectivas universidades de Guayaquil están consiente del cambio que se ha estado dando en estos últimos años en el mundo del periodismo.

1.1.1 JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El advenimiento de Internet ha propiciado en el decenio de 1990 una revolución tecnológica que está modificando por completo los procesos de acceso, elaboración y difusión de la información. El éxito mundial de la Red supone en este sentido el principal factor de cambio para el futuro de las profesiones de la comunicación, y en particular del Periodismo, pues atañe a su materia prima: la información.

El ritmo de esta revolución está afectando más que nunca a los medios de comunicación. La radio necesitó 38 años antes de alcanzar los 50 millones de oyentes, en tanto que la televisión precisó de 13 años para alcanzar la misma cifra. En cambio, Internet en apenas cuatro años (desde 1991 hasta 1995) alcanzó más de 50 millones de usuarios en todo el mundo que demandan cada vez más información.

Internet y las comunicaciones digitales en su conjunto parecen llamadas a convertirse en un escenario privilegiado del periodismo del siglo XXI. De ahí que se hace necesario reflexionar sobre la adecuación de las enseñanzas periodísticas actuales al nuevo panorama. Y esto significa plantearse algunas cuestiones claves, como determinar qué perfil debe tener el periodista en la nueva era de las comunicaciones digitales.¹

De esta manera, parece ser que el ejercicio del periodismo contempla algo más que revisión, redacción y difusión de noticias en forma clara, veraz y contextualizada.

En todo caso, los periodistas no son los únicos que se tienen que adecuar a los nuevos requerimientos, ya que para todas las empresas de Medios de Comunicación, grandes o pequeñas, la transformación que se avecina será necesaria.

Considerando lo expuesto, los resultados de este estudio serán de vital importancia no sólo para la comunidad científica en general, sino que en particular para los estudiantes de periodismo de las diferentes universidades de Guayaquil.

¹ Salverría Ramón "criterios para la formación periodística en la era digital"

El periodismo digital esta sobrepasando los límites de la comunicación y es importante que dentro de la formación de los comunicadores se esté fomentando como hacer periodismo digital y las ventajas que tiene, ya que muchos periodistas no saben cómo enfrentar esta situación y se les está haciendo muy duro adaptarse a ella.

El presente estudio se circunscribe a los directivos y a los estudiantes de las facultades de comunicación de las respectivas universidades a que conciencien de la importancia que tiene el periodismo digital como parte de su formación académica.

1.1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

- ¿Consideran los directivos de las universidades de Guayaquil, la importancia que tiene el periodismo digital como parte de la formación de los comunicadores?
- ¿Tienen los decanos de comunicación de las respectivas universidades de Guayaquil una idea clara de la importancia del periodismo digital?
- ¿Promueven y estimulan a los estudiantes sobre el periodismo digital?
- ¿Consideran los estudiantes de las facultades de comunicación tener conocimientos necesarios sobre el periodismo digital?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.3 Objetivo general

- Determinar la importancia de enseñar periodismo digital en las facultades de comunicación

1.1.4Objetivos específicos

- Evaluar el grado de importancia que tiene el periodismo digital en las facultades de comunicación de las respectivas universidades en Guayaquil
- Analizar el conocimiento que actualmente tienen los estudiantes de comunicación sobre el periodismo digital y la preparación de los periodistas en esta área
- identificar la actitud de los estudiantes de las facultades de comunicación de las diferentes universidades de Guayaquil, sobre el periodismo digital.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. Surgimiento del periodismo digital

La nueva revolución tecnológica fue marcada por la expansión del Internet que comienza durante la década de los 90 del siglo XX para pasar de un uso meramente militar y del mundo de la ciencia, a un auténtico uso popular e internacional. Las redes de Internet tienen la virtud de crear una sensación de libertad de expresión sin precedentes en la historia de la comunicación. Si bien los periódicos, la radio y la televisión tradicional abrían espacios de participación a sus audiencias, en el Internet estos pueden recibir respuestas, reacciones y análisis de los lectores, oyentes y televidentes casi de manera instantánea en múltiples canales de conversación, foros y otros sistemas en donde el usuario puede subir la información en la red de manera casi libre.

Algunos autores denominan Internet como un medio de comunicación, sin embargo la opinión dominante es la que lo define como soporte donde tienen cabida multitud de medios de comunicación, entre ellos los blogs o la propia prensa digital.

El periodismo se hace digital en el momento en que este comienza a ganarse un espacio en el ciberespacio. Este fenómeno ha sido paulatino y no ha sido fácil debido a los conceptos rígidos de ciertos medios sobre lo que es un medio tradicional. Si un periódico es entendido como una edición en papel impreso y distribuido en las calles de las ciudades por centenares de vendedores, la idea de un periódico *digital*, es decir, cuya edición se ve a través de un ordenador conectado a una red de Internet. Por otra parte, un periódico en papel es pagado directamente, ejemplar por ejemplar y, en el Internet, la mayoría de las personas pueden ingresar a leerlo sin tener que *pagar*, al menos como es entendido por algunos.²

Más complejo aún que pasar todos los contenidos de los medios de comunicación a un portal virtual, el periodismo digital descansa en la virtud de los enlaces que crean una inmensa integralidad de la información.

² http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

Si un artículo de prensa tradicional publica una noticia acerca de Camberra, por fuerza tiene que explicar a un lector europeo o latinoamericano que dicha ciudad queda en Australia. El mismo artículo en una edición virtual sintetiza dicho movimiento con un enlace como este.

2.1.1 El periodismo en la Era Digital

El periodismo está sufriendo una transformación radical, quizá la mayor desde el auge de la prensa a mediados del siglo XIX. En el ocaso del siglo XX y alboros del siglo XXI está surgiendo una nueva forma de periodismo, con características como la noticia omnipresente, los contenidos multimedia y la extrema personalización de los mismos.

Es que en la sociedad de la información, la labor del periodista se encuentra inmersa en una realidad distinta y sufre importantes modificaciones como consecuencia de las nuevas tecnologías que aparecen en el mundo informativo, que lo obligan, tanto a él como a los medios de comunicación, a cambiar sus estructuras de trabajo para adaptarlas a las nuevas necesidades y exigencias de la sociedad actual, con intereses heterogéneos y fragmentados temáticamente.

Según Gómez Joseph en el “campo mediático y la sociedad de la información” se refiere a esta realidad como periodismo global, término que según sus opiniones hace referencia a aquellas noticias que conforman una agenda temática inducida por la globalización cultural y no a la información de hechos relevantes sobre conflictos internacionales que solían tratar los diarios de elite.³

En muchos sentidos, se trata de una forma de potencialmente mejor de periodismo en tanto que se puede recuperar a un público cada vez más receloso y distanciado.

Las razones para la transformación del periodismo ni son simples ni unidireccionales. Se trata más bien de un conjunto de fuerzas económicas, reguladoras y culturales que, de la mano del cambio tecnológico, están

³ Gomez, Joseph. “El campo mediático y la sociedad de la información” en Chomsky, Noam y otros op., Cit, P. 56

convergiendo de modo que provocan una enorme transformación en el carácter del periodismo del nuevo milenio.

El rol que desempeña actualmente el periodista está condicionado por cierta liviandad en el tratamiento de la información general y de las fuentes, en particular por las empresas periodísticas, lo que refleja una disminución del valor de la responsabilidad profesional y de la palabra como bien simbólico que circula creando sentidos sociales.

Este rol que debe asumir el profesional de la información se da también por la cantidad de alternativas informativas que generan las nuevas tecnologías. Ello obliga al periodista a cambiar el tratamiento noticioso, que debe adecuarse a las exigencias del público al que se dirige cada medio, porque los cambios en los criterios de validación noticiosa modifican los mecanismos de legitimación del sentido atribuido y compartido por el receptor y el autor, incluyendo en esta última figura al periodista y a la empresa periodística.

Por ello, la tarea del periodista y los medios de comunicación en muchas ocasiones está orientada a generar patrones, mitos y cosmovisiones del nuevo orden global que vayan de acuerdo a las exigencias del mercado.

En este nuevo mundo globalizado, el periodista debe ser capaz de transmitir la información cercana para el público, que muchas veces ocurre lejos de sus fronteras debido al nuevo orden planetario, misión que aún no es asimilada completamente. “Del tratamiento periodístico no se desprende una preocupación por reflejar los problemas identitarios, producto del achicamiento massmediático de las distancias. Los conflictos internacionales siguen siendo mostrados como aquello lejano, lo que está más allá de nosotros”⁴

Ello también se da porque tanto el periodista como el medio en que se desempeña se ven condicionados por una serie de factores que configuran e influyen su trabajo.

Se mueve en un juego de lealtades con respecto al medio en que trabaja - que le marca la pauta sobre la forma de desempeñar su labor-, al público, las fuentes y su propia ideología.

⁴ Pavlik, Jhon. “El periodismo y los nuevos medios de comunicación”. Op., cit. P. 13

En base a lo anterior, el principal desafío del profesional de la información y los medios de comunicación es tratar, pese a las limitaciones impuestas por los factores mencionados, de realizar un trabajo que satisfaga las expectativas del público al que se dirige su mensaje, puesto que en la cultura globalizada ambos tienen una función importante a la hora de generar actitudes positivas hacia otras culturas, ya que la mayor parte del conocimiento social y político que forman la visión de la opinión pública proceden del trabajo realizado por los medios de comunicación.

Este nuevo escenario no sólo modificó la forma tradicional que venía desarrollando la industria de las comunicaciones, sino que también provocó la existencia de nuevos medios de comunicación y, por lo mismo, emergentes formas de ejercer el periodismo.

Por ello, según Charo Álvarez, en la “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación” dice que las nuevas relaciones que se dan en la Sociedad de la Información, han provocado que la industria de las comunicaciones esté directamente implicada y afectada en el proceso de interconexión económica, política y cultural que hace posible el fenómeno de globalización. La inversión y el capital se han derramado copiosamente sobre este sector, puesto que establece las redes de relaciones entre el mercado y la cultura. Por ello, los medios de comunicación entendidos como empresas no buscan solamente vender productos, sino algo más importante: comprar y configurar las audiencias, ya que buscan establecer entre los ciudadanos marcos de comprensión y valores orientadores que aseguren la posterior asimilación de sus mensajes⁵.

Es que el desafío profesional al que se enfrenta el periodismo, en el terreno de la comunicación en esta nueva sociedad, no consiste simplemente en adaptarse al cambio, como si de una moda se tratara y tampoco se limita a utilizar el nuevo lenguaje con naturalidad.

Las exigencias que se plantean son mucho más radicales y pasan por comprender y controlar las nuevas características de los medios y de la comunicación pública.

Es por ello que los periodistas de la Sociedad de la Información deben ser profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de

⁵ Álvarez, Charo. “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación” Disponible en <http://www.comminit.com/la/cambiosocial/lasc/lasld-661.html>.

la información periodística gracias a las mayores posibilidades de documentación, amplitud, análisis y rapidez que proporcionan los recursos digitales.

Lo anterior cobra más sentido debido a que hasta hace poco los periodistas eran “los que informaban”, “los profesionales de la información”, pero con la aparición del medio digital estas afirmaciones han perdido todo su fundamento, puesto que cualquiera que acceda a Internet tiene la capacidad de informar. Un periodista malo no deja de ser periodista y en cambio existen personas con conocimientos específicos que pueden informar muy bien sin ser periodistas.

Es importante destacar que nunca antes se le había exigido tanto al periodista la necesidad de la formación continua a lo largo de toda la vida activa. Desde ahora todos los profesionales de la información deben ser aprendices, porque de lo contrario quedarán desfasados, ya que en esta nueva sociedad el perfil profesional y las demandas del mercado laboral cambian al ritmo vertiginoso de la vida en la emergente metrópolis global⁶.

La fuerte competencia por encontrar o mantener una plaza profesional en los actuales medios informativos está exigiendo a los periodistas un duro y permanente ejercicio de preparación.

La tecnología sola no basta para producir un medio informativo. Su conocimiento y su uso son necesarios, pero lo auténticamente imprescindible es el talento humano.

Esto hace que el reto para los periodistas sea todavía más exigente, más aún tomando en cuenta las diferencias existentes entre los medios análogos y los digitales, que se resume de la siguiente manera:

En la era analógica, la clave de la comunicación era la transmisión de información, mientras que en la era digital, lo es la producción de contenidos.

•El público pasivo de los medios tradicionales se ha convertido en usuario activo. Ya no se contenta únicamente con el consumo de medios interactivos, sino que también participa en la producción de contenidos.

⁶ Gil Quim. “diseñando al periodismo digital”

- La diferenciación entre medios personales (teléfono, correo) y medios colectivos (televisión, prensa) es cada vez es más sutil.

- Los portales y las cibercomunidades surgen precisamente como ámbitos de confluencia entre los servicios de información personalizada y los medios de información pública.

- De la unión de la escritura con los medios digitales surge un nuevo modo de estructurar y acceder a la información, denominado “hipertexto”.

- Las fronteras que separaban a los medios, en función de su soporte y de los formatos de información, desaparecen con el desarrollo de Internet. Los sólo digitales, así como las versiones electrónicas de los medios tradicionales, constituyen nuevas realidades mediáticas. La Web tiende cada vez de modo más evidente hacia la confluencia entre el computador y la televisión y el lenguaje audiovisual acaba imponiéndose en la cultura digital.

- El papel tradicional de los periodistas como filtro o gatekeepers, así como la función clásica de agenda-setting, propia de los medios convencionales, aparece hoy menos cuestionada y desde luego compartida. La Red permite el acceso directo del público a las fuentes de información, sin la mediación profesional de los comunicadores, y ofrece, por primera vez en la historia de la comunicación, acceso universal a un sistema mundial de publicación que funciona, igualmente, al margen de los profesionales.

De lo anterior se puede desprender que en la nueva sociedad se necesitan buenos periodistas, con vocación profesional y talento, rigurosos con la noticia, sentido ético y familiarizados con las nuevas tecnologías de la información. Las mismas que han cambiado las redacciones y han modificado la vida individual y colectiva de la profesión periodística.

Así como los Medios de Comunicación tienen nuevas características, los periodistas que se inserten al mercado laboral en la Sociedad de la Información deben prepararse para ocupar los puestos que demandan las circunstancias actuales, lo que significa que aun aquellos que no laboran directamente en las redacciones deben tener más conocimientos, pues la competencia es cada vez mayor

2.1.2 Importancia del periodismo digital

Los medios de comunicación tradicionales como la radio, prensa y televisión están sufriendo cambios muy fuertes en la denominada era de la información.

Una de las definiciones de periodista señala, que es el profesional que informa a través de los medios de comunicación. Sin embargo este oficio está sufriendo cambios y Salverría afirma: "El propio concepto de "periodista" viene radio y la televisión.

Actualmente la definición de periodismo no afecta solamente a los periodistas de medios impresos, sino a la profesión entera. Hasta hace poco los periodistas eran "los que informaban", los "profesionales de la información".

Por otro lado Quim Gil, periodista español y profesor de postgrado de Periodismo Digital de la Universidad Abierta de Cataluña afirma que "el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional".⁷

Es decir que debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier usuario es un informador potencial. Debido a que todos tienen un espacio en la red y pueden utilizarlo para presentar en él lo que quieran. De este modo se genera una sobreproducción de información y una explosión de informantes.

Lo que cambia radicalmente es la forma de producir esas noticias, esa información en todos sus géneros. Es más: los propios géneros periodísticos han cambiado notablemente.

Hablamos siempre de producir periodismo digital y no de colgar en la red las distintas ediciones de la prensa diaria, la radio o la televisión. Para eso no es necesario un profesional de la información, basta con un informático. Ser un/una redactor/a digital es algo distinto. Nos encontramos antes que nada con un medio, Internet, con una capacidad de comunicación a la que no solo no le vemos un final sino que aún ni siquiera vislumbramos a dónde puede llegar, que no es prensa, ni es radio ni es televisión y que sin embargo es

⁷ <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodigital/>

texto y fotografías como es la prensa (no podremos llamarle "prensa" porque no hay nada que pensar...), es radio y es televisión.

Ciertamente nos encontramos con que manejamos una máquina aún más complicada que la televisión, no digamos que la radio y desde luego que la prensa. Pero la pregunta es ¿y eso entonces qué es? Indudablemente la irrupción de las nuevas tecnologías en lo que a la información periodística se refiere nos ha cogido como vulgarmente se dice, con el pie cambiado. Una verdadera revolución se nos ha presentado delante y como tal ha cambiado mucho, si no en la esencia sí en la forma, la forma producir información, en este caso, digital.

Labor del periodista digital

La labor del periodista no está situada en simplemente elaborar publicaciones digitales, ni elaboración de contenidos. El verdadero trabajo del periodista digital es la gestión de la información, es decir, el análisis y jerarquía de la misma. Porque recordemos que ahora con Internet el problema no es la falta de información, es saber distinguir lo significativo de lo irrelevante, en el inmenso canal de contenidos.⁸

La mejor manera de saber qué es un periodista digital es observar lo que hace.

| Rutinas con respecto a las fuentes | |
|--|---|
| Periodismo "análogo" | Periodismo "digital" |
| El periodismo clásico parte de la base de que la información es un bien escaso que hay que buscar. | El periodista digital entiende que la saturación de información le obliga a filtrar la información. Su trabajo es encontrar lo valioso en los mares de datos. |
| Trabaja con frentes | El periodista digital busca |

⁸ Nuñez, Antonio " Los retos del periodismo digital" disponible en <http://www.saladeprensa.org/art79.htm>.

| | |
|--|---|
| <p>noticiosos establecidos (los ministerios, colegios profesionales, tribunales, etc).</p> | <p>nuevas fuentes, pero a la vez <u>debe comprobar que sean en realidad quienes dicen ser</u>. Su selección de fuentes será una garantía para su clientela.</p> |
| <p>El periodista tradicional se guarda las fuentes para sí mismo. Las utiliza, pero no puede ponerlas a disposición del público.</p> | <p>El periodista digital debe ofrecer a su clientela el acceso a todas las fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, dándoles pie a que amplíen la información si lo desean. No hay limitaciones de tiempo ni espacio que nos lo impidan.</p> |
| <p>El valor de la fuente es incuestionable, pues sólo el periodista puede acceder a ella.</p> | <p>Como las fuentes son accesibles por cualquiera y además son muchas, la jerarquización de ellas es lo que destaca al periodista digital. Por ejemplo: en una información sobre el ascenso de la ultraderecha en Europa es recomendable una lista completa de enlaces hacia páginas de ultraderecha. Pero es el orden de los enlaces y los comentarios del periodista a cada uno de ellos lo que da al lector las claves de contextualización de esta información.</p> |
| <p>Se trabaja según la pauta creada por el periodista, editor y/o director. En cualquier caso, no la del</p> | <p>Al existir la posibilidad de personalización de los contenidos, el periodista digital realiza consultas a las</p> |

| | |
|--|--|
| receptor. | fuentes a petición de los lectores / usuarios. |
| Se trabaja con base a una pauta que se sigue a rajatabla. Sólo cambia si el hecho noticioso es muy importante. | La pauta es menos rígida. Sólo se reseñan temas importantes y el resto dependerá de lo que suceda en el día. |

| Rutinas con respecto a los destinatarios de la información. | |
|--|--|
| Periodismo "análogo" | Periodismo "digital" |
| Trabaja para un formato específico: texto, sonido o imágenes | Debe trabajar la información de tal forma que pueda ser publicada en cualquier formato: sonido, texto, o imágenes. |
| Produce contenidos genéricos, dirigidos a su "público objetivo" que en realidad no conoce. | Produce contenidos genéricos y también específicos para un público que es identificado tanto por medio de la tecnología, como por las peticiones que realiza directamente al medio |
| Está sujeto a limitaciones técnicas específicas. Una | Está sujeto a limitaciones técnicas múltiples, pues debe |

| | |
|--|--|
| <p>vez aprendidas, se repite un modelo.</p> | <p>lidiar con distintos browsers, sistemas operativos, etc. Por ello debe producir pensando que el contenido podrá ser presentado de distintas formas.</p> |
| <p>Una vez aprendidas las técnicas, se repite el modelo establecido.</p> | <p>Debe adaptarse a los cambios que se hagan en el sitio. Debe estar preparado para adaptarse a nuevas exigencias y nuevos criterios técnicos.</p> |
| | <p>El periodista que administre los recursos de interacción, actuará como inspirador y animador de la inteligencia colectiva de la comunidad digital. Su habilidad consistirá no sólo en tomar la iniciativa en el proceso de información, sino en saber canalizar todo el conocimiento que se genere en el seno del grupo.</p> |
| | <p>Se dedica a identificar fuentes, a extraer información, procesar contenidos y publicarlos. Pero también destina una buena parte de sus energías interactuando con sus "lectores". Por lo tanto, en su economía de esfuerzos debe conseguir que los usuarios que más trabajo le den sean los que más compensaciones le aporten, ya sea pagando</p> |

| | |
|--|---|
| | con dinero, con información, con criterio o simplemente con satisfacción emocional. |
| | En cambio, debe procurar que sus lectores pasivos y desconocidos no le generen gastos. Ya que de ellos no obtiene directamente ni dinero, ni información, ni criterio, ni satisfacción emocional. |

| Rutinas con respecto al medio. | |
|---|---|
| Periodismo "análogo" | Periodismo "digital" |
| Se trabaja pensando en un solo soporte. La producción del contenido se realiza en cadena, de forma compartimentada. | Debe trabajar desde una perspectiva multimedia, atendiendo a elementos como el diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos, así como la integración de textos, imágenes, sonido, bases de datos, programas, etc. En la práctica esto conlleva un trabajo en equipo y en red mucho más integrado. |
| Tiene horario de cierre y tiempo extra para dejar en "reposo" una noticia antes de ser publicada. | La Red es un medio de publicación instantánea. En teoría, se publica según ocurra el hecho noticioso. |

| | |
|--|---|
| <p>Su identidad no es puesta en duda.</p> | <p>No sólo será necesario que el periodista digital certifique las fuentes, sino que también acabará resultando necesario que certifique su propia identidad hacia su clientela.</p> |
| | <p>La Red tienen una componente de caos continuo, sin final previsto por el momento. El periodista digital integra a sus servicios la capacidad de gestionar este caos y de ofrecer sus criterios de ordenación a personas que lo necesiten.</p> |
| <p>El medio es lineal. Por lo tanto se entrega información estandarizada.</p> | <p>La Red es hipertextual, multilineal. El periodista deberá sacar provecho de estas estructuras de información para ofrecer unos contenidos personalizables, flexibles, ampliables, actualizables, interactivos.</p> |
| <p>Su capacidad de contextualizar la información está limitada al espacio o al tiempo del soporte que utiliza.</p> | <p>El hipertexto y el almacenamiento digital de la información permite un rápido acceso a contenidos antiguos. Así es posible contextualizar información, ofrecer backgrounds, utilizar archivos y hacer público el acceso a bases de datos en estado puro. Esta es la vertiente documentalista del</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>periodista digital, que no sólo ofrece un pez en forma de información de archivo, sino que enseña a su clientela cómo pescar en las bases de datos.</p> |
| <p>Los contenidos son locales, por lo que la barrera lingüística no es problema.</p> | <p>la Red es mundial, lo que implica que las posibles audiencias son multiculturales y multilingües. Cada medio digital opta por trabajar sobre una audiencia determinada, y sería una lástima que un buen periodista digital trabajara bien todos los puntos anteriores pero viera limitada su posible clientela por una simple barrera lingüística. Algunas temáticas estarán bastante limitadas a un público monolingüe. Otras no.</p> |

| Rutinas con respecto a los contenidos. | |
|---|---|
| Periodismo "análogo" | Periodismo "digital" |
| <p>El editor de área y el editor general decide qué se publicará.</p> | <p>Muchas veces, por la premura, es el periodista quien decide qué y cómo se publicará.</p> |
| <p>El flujo informativo de la</p> | <p>El flujo informativo de un</p> |

| | |
|---|--|
| <p>radio y la televisión, que es substitutivo de las informaciones previas. Así, el periodista no debe preocuparse de lo publicado o emitido anteriormente.</p> | <p>medio digital es acumulativo, por lo que debe preocuparse que las noticias antiguas no se repitan con las actuales. Una opción es ampliar las noticias viejas con las informaciones nuevas.</p> |
| <p>Se vive en un eterno "ahora", y los contenidos lo reflejan.</p> | <p>La vigencia de los contenidos están explícitamente relacionados con su fecha (y hora) de emisión.</p> |
| | <p>El diseño de las informaciones digitales tiende a formatos abiertos, en los que sea posible modificar y ampliar la información. Es tarea del periodista digital organizar la convergencia de información, opinión, feedback, interpretación, contextualización y valoración transversal. Pero es necesario disponer de algún sistema de base de datos, puesto que las capacidades del trabajo artesanal tienen un límite.</p> |
| | <p>En muchos casos la información deberá ser diseñada en base a diversas capas de profundidad. Por ejemplo, disponiendo de una primera capa actualizada pero superficial y de posteriores capas con análisis más profundos.</p> |

| | |
|----------------------------------|---|
| La actualidad es el valor máximo | En la Red la actualidad pierde valor específico frente a la profundización, contextualización e interpretación de ella. |
|----------------------------------|---|

2.1.3 Tecnologías Digitales y su rol en la nueva sociedad

Las Tecnologías de la Información y Comunicación y las Tecnologías Digitales están revolucionando el mundo de las comunicaciones y la sociedad entera lo que indirectamente está provocando cambios económicos de magnitudes poco predecibles hace unos años, por ello se hace necesario conocer lo que encierra el concepto. En primer lugar, es importante señalar que la palabra tecnología ha adquirido en los últimos tiempos una importancia que antes no tenía, porque aparece como uno de los términos característicos de la nueva era.

De un tiempo a esta parte, sus productos influyen en la sociedad conformando un ambiente artificial que en estos días y en determinados lugares resulta más familiar que el propio ambiente natural.

Reusser en “Que es la sociedad de la información” señala que las Tecnologías de la Información irrumpieron con fuerza en la década de los ochenta donde actuaron sobre los procesos técnicos-económicos⁹.

El mismo autor, explica que cuando las Tecnologías de la información y comunicación se dieron a conocer lo hicieron bajo el imaginario de nuevas tecnologías, aunque finalmente y luego de mucho andar se eliminó del concepto lo de nuevas, ya que se supone que lo que es nuevo hoy queda necesariamente desfasado, desde el punto de vista tecnológico, mañana.

Es importante recalcar que las Tecnologías de la Información y Comunicación han irrumpido en todos los ámbitos de la vida del hombre, por ello han sido ineludiblemente necesarias en las transformaciones que han

⁹ Ariza, Adolfo y Olivia Susana. “las nuevas tecnologías de la información y una propuesta de trabajo colaborativo”

experimentado los quehaceres de todos los habitantes de la Sociedad de la Información.

2.1.4 Retos y Oportunidades de las nuevas tecnologías para el Periodista Digital.

El periodismo digital enfrenta grandes retos y peligros pero también grandes oportunidades que dependen del enfoque que los periodistas o comunicadores le quieran dar. El periodista Quim Gil señala que los periodistas se enfrentan a lo siguiente actualmente:¹⁰

Retos:

- Aprender el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías y los recursos de Internet.
- Ser cada vez más preciso, directo y sintético en nuestros trabajos.
- Proporcionar el contexto mediante la propia investigación directa y el resultado de nuestras búsquedas en Internet, respetando el derecho de autor.
- Valorar, aprender y aplicar los conocimientos de los diseñadores gráficos, en beneficio de nuestra información, pero sobre todo, en beneficio del correcto acceso a ella del usuario.
- Respetar a nuestros lectores. El gran reto es aprender que toda persona que sepa comunicar y tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia es potencialmente un informador y ejerce su derecho a informar aunque no trabaje en ningún medio. Porque Internet permite que cualquiera, desde cualquier punto, ejerza su poder informativo.
- Dada la imposibilidad de controlar y certificar la veracidad de los trabajos que se publican en la Red, es primordial aprender a reconocer en ella aquellas fuentes fidedignas y serias, y separarlas de lo que es información no contrastada, imprecisa, no consecuenta o falsa.

Oportunidades:

- Internet simplifica nuestra tarea, en términos de la cantidad de posibilidades que nos brinda: documentación, verificar noticias, recibir convocatorias de prensa, comunicarnos con nuestros pares en el mundo, capturar imágenes y sonidos, entrevistar, etc.
- Dada su filosofía integradora, Internet ha impulsado la combinación de múltiples formatos en la entrega informativa de los medios. Enorme aumento del número de las fuentes de información accesibles.
- A mayor globalización, mayor necesidad de contacto con lo local. Este escenario abre un nuevo horizonte de competencia para el

¹⁰ <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodigital/>

ejercicio periodístico digital, en la medida de que éste abra a través de la Red y de su rigor profesional informativo, nuevas oportunidades de desarrollo local y comunitario. • La inmediatez e interactividad permiten una relación más directa con el público, tanto es así que en el caso de recibir correos de los "usuarios" la relación se personaliza de tú a tú y se establece cierto grado de intimidad.

Peligros:

- Abusos en los derechos de propiedad intelectual.
- Invasión de la intimidad.
- Piratería.
- Robo de información.
- División digital.

A manera de concluir podemos decir que el periodismo digital, puede ser una profesión con futuro, para cualquier persona que desee especializarse y cuente con las herramientas necesarias para hacerlo. El periodismo digital, tiene la ventaja de poder ser independiente y no depender de las grandes empresas de comunicación que filtran la información y la manejan como mejor les convenga. Sin embargo no debemos olvidar que la ética y responsabilidad al informar juegan un papel muy importante.

2.2 Situación de los medios tradicionales

De la misma manera en que durante el siglo XIX y principios del siglo XX se hablaba de la muerte de la pintura ante el surgimiento de la fotografía, la muerte del teatro ante el surgimiento del cine, la muerte del cine ante el surgimiento de la televisión y otros ejemplos similares, se puede hablar de la muerte de los medios tradicionales ante el surgimiento de los medios digitales. La prueba resulta tan relativa como los casos anteriores. Los medios tradicionales ciertamente están recibiendo una gran influencia por parte de los medios digitales, pero es improbable que se dé una desaparición de los mismos por muchas razones¹¹:

- A pesar de la gran expansión del Internet en los cinco continentes, todavía los usuarios del mismo constituyen una minoría en relación con toda la población mundial, aunque la sensación de quien está imbuido en las nuevas tecnologías es que *todos están en ellas*, pero dicha conclusión está lejos de ser probada.
- Los medios digitales tienen también sus límites como la sensación de un océano de información que en ocasiones no permite la focalización de un tema, lo que hace que muchos usuarios salten de un enlace a

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

otro para obtener una superficialidad de la información. Por el contrario, el medio tradicional permite una concentración mayor (un tema a la vez).

- En muchas ocasiones la información emitida por los medios virtuales no es completamente fiable dada la capacidad que tiene esta de ser producida por los mismos usuarios, muchos de ellos carentes de la cualificación profesional exigida en los medios tradicionales. Si un usuario busca un tema, puede encontrar incluso millones de artículos acerca del mismo entre los cuales se elencan emisores profesionales con aficionados.

Es más probable que a lo largo del siglo XXI se llegue a una complementación entre los medios tradicionales y digitales que creará además nuevos sistemas éticos y un profesional de la información que se desenvolverá entre ambos mundos. Nunca van a desaparecer los medios tradicionales, es la mentira más grande que se mencione esto.¹²

2.2.1 Impacto del periodismo digital

En muchos sentidos Internet fue una manifestación de un sistema de comunicación global, que respondió, a un cambio tecnológico más radical que estuvo en marcha en el siglo XX. En el siglo XXI se presentó la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y los medios de comunicación tradicionales. Entonces prometía ser un medio de comunicación integrado y democrático para los usuarios. Un medio en donde los comunicadores de la información debían iniciar un proceso de actualización de conocimientos para formar parte de la denominada convergencia.

Seguimos en este siglo XXI y el Internet como ningún otro medio de comunicación ha logrado una audiencia de millones de personas en corto tiempo. El usuario se maravilla del poder que la red le brinda, al no tener que esperar en un horario determinado su serie favorita de televisión. Encuentra la información que busca con un par de clic, expresar sus ideas a través de su blog, pertenecer a una red social de millones de personas con intereses en común y lo más sorprendente es la inmediatez con la que puede comunicarse con otra persona que se encuentra al otro lado del mundo.¹³

¹² Pavlik, Jhon. "El Periodista y los nuevos medios de comunicación " op. Cit. pp.329-321

¹³ Gil, Quim "Diseñado al periodista digital"

En el 2008 ocurrió un hecho histórico trascendental en la política y en el uso de la tecnología, quedó electo como Presidente de los Estados Unidos, el afroamericano Barak Obama. El Presidente Obama fue el primero en utilizar las redes sociales para difundir su mensaje, pronunció su primer discurso en YouTube y fue asesorado por el creador de Facebook una de las redes sociales más poderosas del momento. La campaña política sobre el joven candidato del partido demócrata circulaba por toda la red en diferentes idiomas y servicios en línea. Fue entonces, cuando se conoció el poder de las redes sociales y su alcance, se logró una convergencia de la política y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Siendo Internet una plataforma que brinda diversidad de servicios, información al instante y un medio de comunicación, surgió la pregunta ¿qué pasa con el periodismo profesional? Cuando expertos en las tecnologías y tendencias de las comunicaciones, afirmaban que cualquiera con una computadora y conexión a la red podía llamarse periodista. Cuando a una persona con un dispositivo móvil con red 3G podía subir un vídeo a YouTube o realizar una transmisión en vivo desde cualquier suceso de relevante.

Tecnologías de la comunicación

Internet es una plataforma que brinda diversidad de servicios, información al instante y un medio de comunicación que rompe con las fronteras geográficas. La red, como también se le conoce, es un medio que por su capacidad y evolución constante provoca cuestionamientos sobre el futuro de la profesión periodística y los cambios en los medios tradicionales. Desafiando las nociones establecidas durante el siglo pasado, expertos en tecnologías y tendencias de las comunicaciones afirman que en la actualidad cualquiera con una computadora o dispositivo móvil con acceso a internet puede llamarse periodista.

A inicios del siglo XXI surge una nueva forma de hacer periodismo, con características que responden a la inmediatez, la omnipresencia, el acceso global a la información y nuevas características multimedia denominado periodismo digital. Este tipo de periodismo se vale de servicios en Internet y nuevas herramientas de comunicación para informar de manera inmediata, con actualizaciones las 24 horas al día, los 7 días a la semana y con servicios de suscripciones en diferentes dispositivos móviles¹⁴.

¹⁴ Palomares , Alfonso y Reigosa, Carlos."La información internacional en el mundo hispanohablante"

Entre 1993 y 1995, un gran número de empresas editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses, decidieron aventurarse a la publicación de información en la plataforma de Internet y en otras redes digitales (CompuServe, América Online, Compulink Information Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general. El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital.¹⁵

En la era de la información más cambios se avecinan y surgen un reto para los periodistas y comunicadores de la información. Se enfrentan a nuevas tecnologías de comunicación y un receptor diferente. Los perfiles del periodista evolucionan a uno más técnico en el uso de los medios en internet, mientras que en Ecuador los medios dan sus primeros pasos hacia las nuevas tecnologías, las instituciones educativas evalúan la importancia de estas nuevas tendencias de la comunicación periodística, una mira hacia el futuro apunta a la desaparición de los medios impresos evolucionando a una plataforma digital de convergencia.

2.2.2 La expansión del periodismo digital

En los últimos años el auge del servicio por excelencia de internet, la World Wide Web, ha provocado una verdadera explosión de periódicos electrónicos en todo el mundo. O mejor dicho, de productos y servicios informativos electrónicos multimedia e interactivos, no necesariamente producidos con estricta periodicidad, porque tales son las características principales de estos nuevos medios. Unos medios que aún buscan su propia retórica, su propia identidad, la emancipación de sus "padres" impresos o audiovisuales. Sin duda, en los próximos años asistiremos a un desarrollo no sólo en cantidad, sino sobre todo en calidad, de estos productos informativos. A medida que la técnica avanza y se populariza, de modo que el ordenador o el aparato que venga a sustituirlo se convierta en un electrodoméstico tan habitual como lo es hoy la radio o la televisión, estos nuevos medios que son una realidad, pero que en buena medida aún dan sus primeros y balbuceantes pasos y en la mayoría de los casos no son un negocio sino el complemento de un negocio preexistente, alcanzarán su mayoría de edad.

2.2.3 El desarrollo del periodismo electrónico en Europa

¹⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

Ha sido menos espectacular que en Estados Unidos. Varios factores han influido en ello. Los principales son, el diferente nivel de hábito en el uso de los ordenadores, por un lado, y de las posibilidades de las conexiones telemáticas, por otro. Obviamente, estos hábitos, muy relacionados con el parque de ordenadores de que dispone cada país, y con la introducción de la informática en la vida cotidiana, son diferentes de una nación a otra.

Aun así, se han realizado experiencias interesantes en muchos países europeos, en algunas ocasiones forzados por la necesidad y las especiales circunstancias que impone un conflicto bélico. Es el caso del diario bosnio *Oslobodenje*, que a pesar del largo y doloroso sitio a que fue sometida (por parte de las fuerzas militares serbias) la ciudad de Sarajevo, donde se editaba, continuó publicándose en todo momento y puso en marcha una edición electrónica.¹⁶

Esta edición, en inglés, que permitía además consultar números atrasados, ha sido fuente de información de primera mano sobre el conflicto de la antigua Yugoslavia para muchas personas en todo el mundo. Las informaciones de *Oslobodenje* conocieron así una difusión que de otra manera hubiese sido imposible.

Aunque se han realizado determinados experimentos, los servicios de información dependen por lo general de las empresas editoras de diarios. De ahí que la mayoría de estos servicios acusen una excesiva dependencia de la versión impresa. Rara vez se actualizan, por ejemplo, los contenidos el mismo día.

Salvo honrosas excepciones, la actitud ha sido situarse meramente en la Red, sin que eso suponga un costo excesivo, con las posibilidades del nuevo medio. La publicidad es, por otro lado, un territorio aún no suficientemente cultivado. Este planteamiento vale perfectamente, como veremos, para el caso español.

¹⁶ Revista internacional científica y profesional. Artículo por Javier Díaz y Koldo Meso Ayerdi

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

El propósito de esta tesis es analizar el grado de conocimiento que tienen los alumnos de las facultades de comunicación sobre el periodismo digital.

La presente investigación es de carácter eminentemente cualitativa-descriptiva, ya que su propósito es determinar aquellos rasgos que identifican la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores en Guayaquil.

La población objeto de investigación está constituida por los estudiantes de las facultades de comunicación de todas las universidades, localizadas en la ciudad de Guayaquil, registradas en el CONESUP.

Para efectos de la recolección de la información se tomó una muestra a los estudiantes de la facultad de comunicación de las respectivas universidades de Guayaquil. El tamaño de la muestra se estimó, mediante el sistema del muestreo aleatorio simple, utilizando la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = tamaño necesario de la muestra.

Z = margen de confiabilidad (para este caso: 94% de confiabilidad, Z = 1.89).

e = margen de error (se espera que no sea superior a 5%)

p = 0.6 (se decide trabajar en condiciones desfavorables de muestreo).

q = 0.6

N= tamaño de la población (N = 3.000 estudiantes de comunicación en Guayaquil).

$$N = \frac{(1.89)^2 (3000) (0.6) (0.6)}{(0.06)^2 (3000-1) + (1.89)^2 (0.6) (0.6)} = 319$$

Esto significa que se necesitó una muestra de 319 estudiantes de las facultades de comunicación de las respectivas universidades de Guayaquil para obtener información confiable.

La información necesaria para la investigación se obtuvo directamente de los estudiantes de las facultades de comunicación de todas las universidades de Guayaquil (fuentes primarias). Para ello, se utilizó la técnica de las encuestas

Una vez obtenida la información, se procedió a procesarla mediante el uso de programas estadísticas disponibles.

Para el análisis de los resultados, se evaluaron los datos obtenidos en el procesamiento de la información refiriendo tendencias, dispersiones, etc.

3.1 Conocimiento sobre el periodismo digital de los decanos y de los estudiantes de las facultades de comunicación de las universidades de Guayaquil.

3.1.1 Estudio diagnóstico sobre la importancia del periodismo digital

La especialización y actualización del periodista es indispensable para quienes desean dedicarse a esta profesión en las actuales circunstancias. En Guayaquil existen 5 universidades que ofrecen la carrera de periodismo o comunicación social, de estas 5 facultades la que posee mayor materias relacionada con el periodismo digital es la UNIVERSIDAD CASA GRANDE.

Sin embargo según Enrique Rojas Decano de la facultad de comunicación de dicha universidad comenta, que cuando ellos empezaron tenían al periodismo digital como carrera, pero lamentablemente los alumnos no se interesaban por esa especialidad y tuvieron que cambiarle el nombre de la carrera, pero sin dejar a un lado el tema del periodismo digital

Para Rojas el problema radica en que en Latinoamérica todavía no se da una fórmula rentable para que la gente pueda dedicarse de lleno al periodismo digital.

Al momento la UNIVERSIDAD CASA GRANDE cuenta con más de 15 materias relacionadas con el periodismo digital, como lo es diseño editorial, redacción para la web, photoshop, illustrator, multimedia etc. Además cuentan con 6 profesionales especializados en el tema.

Otra universidad que posee varias materias entrelazadas con esta nueva era de la información, es la UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO, ya que para los directivos de la facultad de comunicación de la UEES, El periodismo digital está convirtiéndose en la mejor alternativa para mantenerse, pero también están conscientes de que un alto porcentaje de la población del Ecuador no tiene acceso o al uso de computador.

Mónica Maruri Decana de la Facultad de Comunicación de la Uees afirma, que ellos poseen un pensum académico que integra a todos los medios de comunicación, ya que forman a profesionales integrales, capaz de enfrentar medios audiovisuales e impresos, con un importante énfasis en las destrezas digitales, tanto en aspectos de diseño como de redacción y producción de medios digitales.

Al momento la UEES cuenta con dos especialistas en periodismo digital con experiencia en diario digital y el televisión digital y profesores que forman a los alumnos para diseñar páginas web y diseño editorial además de capacitarlos en el uso de diferentes programas como indesign, after effects, final cut, flash, Macromedia, Dreamweaver, etc. Todo esto a lo largo de diferentes asignaturas.

Hay otras universidades aquí en Guayaquil, que recién están haciendo adecuaciones curriculares en sus respectivos pensum, referente al periodismo digital, como lo son, la UNIVERSIDAD CATOLICA DE GUAYAQUIL y la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE.

Carolina Andrade Directora de la carrera de periodismo de la católica expresa, que por lo pronto hay una adecuación de contenidos en algunas asignaturas y que para el 2010 arrancaran con modificaciones curriculares que ya tendrán al Periodismo Digital como asignatura. Actualmente cuentan con solo dos especialistas.

Otra universidad que tiene previsto hacer modificaciones en su pensum y poner materias que tengan relación con el periodismo digital para el próximo año, es la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE, que según Jorge Alcivar Decano de la facultad de periodismo de esa institución, ellos recién están en proceso de incluir materias que estén relacionadas con el periodismo digital y que este proceso va a ser paulatinamente, ya que no poseen muchos recursos como para incluir materias de esa magnitud.

Por otra lado, Héctor Chávez Decano de la facultad de comunicación de la UNIVERSIDAD ESTATAL DE GAYAQUIL asegura, que está consciente de la evolución del periodismo a través del periodismo digital, pero que también está consciente de que en Latinoamérica falta mucho para que la gente opte por leer este tipo de periodismo.

Chávez Indicó que no cuentan con materias que estén relacionadas con el periodismo digital, por la carencia de recursos económicos que poseen, ya que para él, implementar ese tipo de materias demanda de profesores especializados y de herramientas tecnológicas que son muy costosas.

Eric samson Director de la carrera de la UNIVERSIDAD DE SAN FRANCISCO DE QUITO afirma, que el impacto del periodismo digital es súper fuerte, sobre todo en las sociedades de Europa y EE.UU y es por esa razón, que a diferencia de todas las universidades antes mencionadas, la UNIVERSIDAD DE SAN FRANCISCO es la única que posee la especialización en periodismo multimedia, y que se enfoca en la era digital que se está viviendo.

La mayoría de las materias que poseen en el pensum están relacionadas con el periodismo digital como lo son: redacción multimedia, seminario de periodismo multimedios, imagen y sonido, periodismo electrónico etc. También cuentan con más de 10 profesores especializados en la materia ya que poseen recursos necesarios para desarrollar este género de la información.

El periodismo digital es un nuevo sistema que está revolucionando al mundo y la enseñanza de esta profesión debiera cambiar también, e ir a la par de esta transformación digital.

Entrevistas textuales con los decanos de las respectivas Facultades de Comunicación de las Universidades de Guayaquil

Para ser más profundo con esta investigación les presentamos las entrevistas textuales con todos los decanos de las Facultades de Comunicación de las Universidades de Guayaquil, con el fin de medir la importancia que tiene el periodismo digital dentro de la Carrera de Periodismo.

Entrevista con Carolina Andrade Freire (Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica de Guayaquil)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Los avances tecnológicos en la actualidad se suceden en forma tan vertiginosa que dejan poco margen para construir opiniones bien estructuradas que puedan tener algo de vigencia. Podríamos ponernos apocalípticos y decir que el periodismo mediador (que se permite una reflexión académica y ética antes de poner a circular una información) tiene sus días contados y que la inmediatez en la difusión de cualquier texto es la que primará de aquí en adelante, con el caos como consecuencia por el manejo irresponsable de la información. Históricamente, los apocalípticos no han sido muy afortunados en sus premoniciones. Estoy segura de que una vez que profesionales y usuarios de los medios digitales los asuman como instrumentos en el proceso de comunicación que tienen grandes alcances pero también limitaciones, las cosas tomarán un cauce correcto. Lo importante, una vez más, será la educación: necesitamos alfabetizarnos ya no sólo en el campo de la palabra, ni en el de la imagen, sino también en lo digital. Saber leer/consumir lo digital.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en nuestra sociedad?

En la nuestra menos que en otras. Y sí, accedemos dentro de lo posible a los estudios que van saliendo sobre las empresas que prestan servicios periodísticos en la Internet, blogs/twitter, redes sociales, categorización de

usuarios, etc. Con el inconveniente contemporáneo: la tecnología se mueve más rápido que la academia que estudia sus efectos.

¿Cómo facultad de comunicación, como están enfrentando esta nueva era de la información?

Renovando programas.

¿Cuántos especialistas hay de periodismo digital dentro de la carrera de comunicación?

Dos.

¿Existen materias en el pensum actual relacionadas con el periodismo digital?

Por lo pronto, hay una adecuación de contenidos en algunas asignaturas. Para el 2010 arrancaremos con modificaciones curriculares que ya tendrán al Periodismo Digital como asignatura.

¿Cómo universidad, cuentan con los recursos para fomentar el periodismo digital en los alumnos de comunicación?

Sí, invertir en ello es ineludible.

Entrevista con Enrique Rojas (Decano de la Facultad de Comunicación de la Casa Grande)

¿Qué opina de periodismo digital?

Cuando empezamos la carrera de periodismo digital hace algunos años, nuestra carrera se llamaba periodismo digital y lo hicimos porque entendimos que el mercado apunta hacia allá y era necesario formar profesionales que estén preparados para responder a esta demanda y tuvimos un problema súper serio, nos preparamos muy bien para abrir esa carrera y costaba un mundo tener profesores, tener un pensum y mantener una estructura pero como no había mucha demanda de alumnos porque lamentablemente no se interesaban por el periodismo digital, decidimos cambiar nuestra carrera pero nunca dejar de lado el tema del periodismo digital.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en nuestra sociedad?

Por supuesto sabemos hacia donde está yendo el periodismo y estamos conscientes del impacto que ha ocasionado y que seguirá ocasionando. El problema que hay en Latinoamérica respecto al periodismo digital es que todavía no se da una formula rentable para que la gente pueda dedicarse de lleno al periodismo digital

¿Cómo facultad de comunicación, como están enfrentando esta nueva era de la información?

Nosotros nunca hemos dejado el tema de lo digital, siempre hemos mantenido claro la relevancia que tiene este género y por esa razón nuestras materias están orientadas hacia allá. Estamos conscientes de lo que la gente quiere y a donde se dirige.

¿Cuántos especialistas hay de periodismo digital dentro de la carrera de comunicación?

Contamos con más de 6 especialistas la mayoría traídos del exterior y otros desde Quito..

¿Existen materias en el pensum actual relacionadas con el periodismo digital?

La mayoría de nuestras materias están orientadas al periodismo digital. Por el momento contamos con mas 10 materias enfocadas en periodismo digital.

¿Cómo universidad, cuentan con los recursos para fomentar el periodismo digital en los alumnos de comunicación?

Claro que si, como universidad estamos dispuestos a invertir todos los recursos necesarios para que la preparación del alumno sea cada vez mejor

Entrevista Mónica Maruri (Decana de la Facultad de Comunicación)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

El periodismo digital está convirtiéndose en la mejor alternativa para mantenerse informado que tiene la población económicamente activa. Aclaro esto último porque como bien sabemos, un alto porcentaje de nuestra población no tiene acceso a Internet o al uso de un computador.

El periodismo digital tiene varias ventajas:

1. inmediato: puedo informar de hechos inmediatamente y actualizar las noticias permanentemente.
2. bajo costo: solo con un computador, o con la cámara de un teléfono celular se puede reportar para un medio digital. A diferencia de la televisión que aún requiere de equipos costosos para filmación y transmisión este medio permite la reportería ciudadana. Bajo costo para el periodista y bajo costo para el usuario que puede recibir en su computador lo que le hubiese tomado transportarse e investigar en libros o revistas en diferentes lugares y tomándole mucho más tiempo.
3. se conecta al instante con otros medios: vs. los periódicos y los canales de televisión que tienen la oferta limitada del país en que se vive en el Internet se puede conectar con la fuente original mediante los links que le permiten al usuario (lector) navegar y buscar más información de acuerdo a sus intereses. Y todo desde el mismo terminal de computadora.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en nuestra sociedad???

En países más desarrollados ha impactado fuertemente en las ventas de periódicos generándoles una crisis económica importante. Algunos inclusive han salido de circulación.

En el Ecuador también se han reducido las ventas de publicidad pero no se puede definir si esto tiene origen en la crisis económica además de el uso de medios online.

¿Cómo facultad de comunicación, como están enfrentando esta nueva era de la información?

El pensum de la carrera de Periodismo integra a todos los medios de comunicación. Forma un profesional integral, capaz de enfrentar medios audiovisuales e impresos, con un importante énfasis en las destrezas digitales, tanto en aspectos de diseño como de redacción y producción de medios digitales. Las tecnologías de información y comunicación son un eje transversal de esta facultad.

¿Cuántos especialistas hay de periodismo digital dentro de la carrera de comunicación?

Dos especialistas en periodismo digital con experiencia en diario digital y la televisión digital y profesores que forman a los alumnos para diseñar páginas web y diseño editorial además de capacitarlos en el uso de diferentes programas como indesign, after effects, final cut, flash, Macromedia, Dreamweaver, etc. Todo esto a lo largo de diferentes asignaturas

¿Existen materias en el pensum actual relacionadas con el periodismo digital?

Lo había indicado en la respuesta anterior

¿Cómo universidad, cuentan con los recursos para fomentar el periodismo digital en los alumnos de comunicación?

Esta facultad tiene a disposición de los estudiantes todos los recursos tecnológicos y físicos, además de hardware y software que requieren para formarse como periodistas integrales y por supuesto en el área digital.

En conclusión ¿cree usted que las universidades de Guayaquil le están dando la importancia necesaria al periodismo digital?

No conozco la oferta de otras universidades. Pero pienso que se debe formar BUENOS PERIODISTAS capaces de desenvolverse en todos los medios de comunicación y claro dentro de esos medios y como prioridad considerar las destrezas tecnológicas –digitales. La realidad laboral de los periodistas hoy en día es que se mueven entre medios de comunicación y que no se dedican

en exclusividad a un tipo de medio al mismo tiempo o a lo largo de su carrera.

El buen periodista debe estar preparado para trabajar con ética y comprometido con la sociedad en todos los medios que, hasta ahora son audiovisuales, impresos y digitales.

Opinión de Jorge Alcivar (Decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Roca fuerte) sobre el Periodismo digital y sobre la situación de su facultad referente a esto.

El periodismo digital a mi manera de ver, es un nuevo tipo de periodismo que va de acorde con lo que estamos viviendo, creo que el periodismo digital da ciertas facilidades al lector y es un nuevo sistema que están revolucionando al periodista.

Nosotros recién vamos a incluir materias que estén relacionadas con el periodismo digital para el próximo año y estamos en proceso. Actualmente no contamos con especialistas en periodismo digital pero estamos tratando de conseguir a especialistas para nos dicten las materias respectivas.

Opinión de Hector Chavez (Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Guayaquil) sobre el Periodismo digital y sobre la situación de su facultad.

Máster Héctor Chávez

Estoy consciente de la evolución del periodismo a través del periodismo digital pero también estoy consciente de que en Latinoamérica falta mucho para que la gente opte por leer este tipo de periodismo y sobre todo que se desarrolle este tipo de periodismo como tal.

En la actualidad no contamos con materias que estén relacionada con el periodismo digital por la carencia de recursos económicos que poseemos ya que implementar ese tipo de materias demanda de profesores especializados y de herramientas tecnológicas que son muy costosas.

Entrevista con Erick Sansom (Director de la carrera de periodismo multimedia)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Es una plataforma del periodismo que cada vez se vuelve más fuerte en nuestro medio, y pienso que es una manera que tenemos los periodistas para poder interactuar con los lectores y hacer un periodismo diferente, ya sea por su inmediatez o por los efectos multimedia que se utilizan.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en nuestra sociedad???

El impacto es súper fuerte sobre todo en las sociedades de Europa y EE.UU y es por esa razón que nuestra carrera se llama periodismo multimedia porque se enfoca en la era digital que estamos viviendo en el cual el estudiante aprende, analiza y discute los fundamentos de la comunicación, la evolución de los medios masivos y los cambios generados en particular por la aparición de Internet.

¿Cómo facultad de comunicación, como están enfrentando esta nueva era de la información?

Estamos enfrentando esta nueva de la información como se debe, por eso contamos con clases tecnológicas: contamos con un estudio de televisión totalmente equipado, cámaras (DV Cam, Betacam, Mini DVs), 11 suites de edición, un estudio de radio con 5 suites de edición digital, un estudio de fotografía digital y dos laboratorios multimedia propios.

¿Cuántos especialistas hay de periodismo digital dentro de la carrera de comunicación?

Casi todos los profesores que nosotros tenemos dentro de nuestra carrera de periodismo multimedia cuentan con conocimientos en periodismo digital.

¿Existen materias en el pensum actual relacionadas con el periodismo digital?

La mayoría de nuestras materias están relacionadas con el periodismo digital de hecho lo puede ver en nuestro pensum académico.

¿Cómo universidad, cuentan con los recursos para fomentar el periodismo digital en los alumnos de comunicación?

Tenemos todos los recursos y las herramientas necesarios para hacer periodismo digital.

En conclusión ¿cree usted que las universidades de Ecuador le están dando la importancia necesaria al periodismo digital?

Pienso que en algunas universidades aquí en el Ecuador todavía no están desarrollando esta disciplina en sus facultades, sobre todo en las universidades públicas.

Estudio a los principales medios de comunicación del Ecuador

Los cambios y tendencias tecnológicas en los medios de comunicación son significativos para los profesionales de la comunicación y el periodismo. Nuevas características surgen en el campo periodístico y se requiere que los periodistas estén capacitados con las habilidades técnicas para enfrentar los desafíos de los medios. El periodismo en Internet requiere profesionales multi tareas que se mantengan actualizados de los hechos más relevantes y no sólo que los sepan, también que los cubran, escriban y publiquen en el menor tiempo posible.

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías en Internet, el periodista tiene un abanico más amplio de modalidades comunicativas. Puede hacer uso de diferentes instrumentos como: el texto, las imágenes, el vídeo y el audio en una misma plataforma. Con estas modalidades la noticia, el reportaje, el suceso se puede presentar en una estructura no lineal, más hipertextual y multimedia de respuesta directa. Ante estos cambios, los periódicos tradicionales han tenido que actualizarse y conocer esta nueva forma de hacer periodismo en Internet. Algunos medios impresos han optado por dejar el papel y ofrecer un medio completamente interactivo en la red.

La periodista Rosa Falconí Johnson Editora de Internet- Nuevos Medios del DIARIO EL UNIVERSO considera, que El periodismo digital es una práctica del periodismo adaptada a las nuevas tecnologías. Y que Lo ideal es mantener siempre los mismos ideales del periodismo de información veraz y oportuna de los sucesos de una comunidad, y que por esta circunstancia mantiene la oportunidad en un lugar preponderante. Asegura también que en el medio donde ella trabaja ya hay espacios de interactividad con los lectores. Además, se incluyen audios y videos en ciertos espacios del sitio web. En este medio hay planes para desarrollar más materiales multimedia, que puedan ser generados por los reporteros que laboran en ese Diario, debido al desarrollo de la convergencia, en que todos los reporteros y corresponsales centralizan la comunicación para emitir a través de prensa, radio, o web.

Falconí comenta, que los periodistas deben continuar en la especialización acorde a los tiempos, en que el público se torna más exigente, porque quiere la información que emite un medio, tenga características de instantaneidad, pero sin perder la precisión, veracidad, cotejo de fuentes.

Por otro lado, la periodista Susana Moran editora de elcomercio.com resalta, que el periodismo digital es una rama de la profesión periodística con increíbles alcances y en donde un periodista puede demostrar su creatividad. Al ser el Internet la plataforma en la que trabajan, la gama de posibilidades para hacer periodismo es infinita, siempre y cuando se sepa aprovechar la interactividad, lo multimedial y el hipertexto.

Moran afirma, que en el Diario donde ella labora, están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital, de hecho comenta que los periodistas tradicionales, entendiéndose como tales a quienes trabajan en una edición diaria y no en una edición que cambia todo el momento, se han visto en la necesidad de capacitarse en nuevas destrezas que no solo involucra las nociones de video y audio, sino también la inmediatez y la capacidad de contar historias en distintos formatos. Según su punto de vista, el principal impacto del periodismo digital es que ahora las historias van más allá del texto y las fotografías, ya que implica interactuar con los lectores, contar historias profundas y de interés social con nuevas herramientas. Lo cual es un reto.

Para Sandra Yépez- Editora de hoy on line, el periodismo digital es una forma más de exponer la práctica periodística. "Las bases del periodismo no cambian por que se traduzca en una plataforma digital", sin embargo acota que el periodismo digital es una forma más de hacer periodismo y que no es algo que se lo deba "enfrentar", solo se debe ejercer.

Yépez afirma que en el Diario HOY hacen periodismo en la Web todos los días a través de reportaría online, de producción multimedia, de interactividad con los lectores, etc.

Otro medio que está haciendo periodismo digital aquí en el Ecuador es ECUAVISA, Emilio Carrión- jefe de redacción de la pagina web de ecuavisa.com expresa, que erróneamente muchos consideran que el periodismo digital es el periodismo del futuro cuando en realidad hace varios años ya que es el presente de la comunicación social. Piensa que es la más completa rama del periodismo, y la más difícil también y lo es porque además de todo lo que implica el periodismo formal o tradicional, requiere un alto

grado de conocimiento tecnológico, el cual evoluciona y mejora prácticamente día a día.

Además Carrión asegura, que Ecuador está muy atrasado en lo que a periodismo digital se refiere, está dando sus primeros pasos y que para la mayoría de los medios de comunicación del país el punto com no es más que una cuestión de imagen, de presencia institucional, o -en el mejor de los casos- un espejo del medio tradicional: es decir que en la Web apenas se publican las mismas noticias del diario o la revista o las grabaciones de la señal al aire en el caso de la radio y la televisión.

El reto para los periodistas como en todas las profesiones es mantenerse a la vanguardia de los nuevos métodos para mejorar su trabajo: subirse a la ola de las nuevas tecnologías de la comunicación y familiarizarse con ellas. Quizás para los nuevos periodistas no sea tan complejo adaptarse, considerando que forman parte de una generación expuesta a las nuevas tecnologías, pero sin duda puede serlo para quienes se resisten al cambio y se niegan la oportunidad del aprender de los nuevos métodos.

Entrevistas textuales a los Editores digitales de los principales medios de comunicación de Guayaquil.

Entrevista con Sandra Yépez Ríos (editora de hoy.com)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Es una forma más de exponer la práctica periodística. Las bases del periodismo no cambian por que se traduzca en una plataforma digital.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en todo el mundo?

Sí. Trabajamos con ello todos los días

¿Como medio de comunicación como están enfrentando el tema del periodismo digital?

El periodismo digital es una forma de hacer periodismo. No es algo que se lo deba "enfrentar", solo se debe ejercer. En HOY hacemos periodismo en la Web todos los días a través de reportería online, de producción multimedia, de interactividad con los lectores, etc.

¿Poseen todas las herramientas necesarias para hacer periodismo digital?

Siempre han nuevas herramientas que se pueden usar

¿Con cuántos especialistas en periodismo digital cuenta el diario?

Con ninguno, cualquier reportero que tenga las bases de un buen periodismo está en capacidad de hacer periodismo digital

Los alumnos que salen de las diferentes universidades del Ecuador y llegan a trabajar al diario ¿llegan con conocimientos de periodismo digital?

No

¿Cree usted que las universidades en el Ecuador están fomentando el periodismo digital en sus alumnos??

No lo suficiente

¿Cómo ve al periodismo digital en el futuro?

Fortalecido

Entrevista con Rosa Falconí Johnson (Editora de Internet- Nuevos Medios Diario EL UNIVERSO)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Es una práctica del periodismo adaptada a las nuevas tecnologías. Lo ideal es mantener siempre los mismos ideales del periodismo de información veraz y oportuna de los sucesos de una comunidad, y que por esta circunstancia mantiene la oportunidad en un lugar preponderante.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en todo el mundo?

Sí, porque sabemos que es una nueva forma de llegar con nuestro negocio, que es la información, a los lectores de diversas edades, o adaptados a diversas tecnologías.

¿Como medio de comunicación como están enfrentando el tema del periodismo digital?

Ya hay espacios de interactividad con los lectores. Además, se incluyen audios y videos en ciertos espacios del sitio web. Hay planes para desarrollar más materiales multimedia, que puedan ser generados por nuestros mismos reporteros, debido al desarrollo de la convergencia, en que todos los reporteros y corresponsales del grupo centralizan la comunicación para emitir a través de prensa, radio, o web.

¿Poseen todas las herramientas necesarias para hacer periodismo digital?

Faltan herramientas para complementar la sección multimedia, y además eso precisa capacitación de los reporteros.

¿Con cuántos especialistas en periodismo digital cuenta el diario?

En el diario somos unos 10 que tenemos la experiencia, de esos 6 trabajan directamente en la elaboración diaria de noticias del sitio web.

Los alumnos que salen de las diferentes universidades del Ecuador y llegan a trabajar al diario ¿llegan con conocimientos de periodismo digital?
Creo que la mayoría, porque las universidades ya han desarrollado la materia y dan los conocimientos básicos.

¿Cree usted que las universidades en el Ecuador están fomentando el periodismo digital en sus alumnos?

Sí, las universidades han desarrollado la cátedra de periodismo digital y mantienen a los alumnos al tanto del vertiginoso cambio de los tiempos.

¿Cómo ve al periodismo digital en el futuro?

Creo que los periodistas deben continuar en la especialización acorde a los tiempos, en que el público se torna más exigente, porque quiere la información que emite un medio, tenga características de instantaneidad, pero sin perder la precisión, veracidad, cotejo de fuentes. Hay que recordar que la fuerte entrada de los lectores a través del periodismo ciudadano no los hace periodistas, en ese caso podemos hablar de fuentes, que nos acercan a una realidad, y nuestro deber es seguir con el mismo proceso periodístico de investigar.

Entrevista a Susana Moran (editora del comercio.com)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Es una rama de nuestra profesión con increíbles alcances y en donde un periodista puede demostrar su creatividad. Al ser el Internet la plataforma en la que trabajamos, la gama de posibilidades para hacer periodismo es infinita, siempre y cuando se sepa aprovechar la interactividad, lo multimedial y el hipertexto.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en todo el mundo?

Por supuesto. De hecho los periodistas tradicionales, entendiéndose como tales a quienes trabajan en una edición diaria y no en una edición que cambia todo el momento, se han visto en la necesidad de capacitarse en nuevas destrezas que no solo involucra las nociones de video y audio, sino también la inmediatez y la capacidad de contar historias en distintos formatos. Según mi punto de vista, el principal impacto del periodismo digital es que ahora las historias van más allá del texto y las fotografías, implica

interactuar con los lectores, implica contar historias profundas y de interés social con nuevas herramientas. Lo cual es un reto.

¿Como medio de comunicación como están enfrentando el tema del periodismo digital?

Es una rama que está creciendo a grandes pasos en este diario. El objetivo seguirá siendo el mismo: hacer periodismo de calidad en cualquiera de las plataformas.

¿Poseen todas las herramientas necesarias para hacer periodismo digital?

Bueno, las herramientas nos las da la web. La clave, creo yo, es la capacitación y el conocimiento que tenemos de cada una de ellas y sobre todo cómo podemos utilizarlas periodísticamente para un determinado tema. El proceso de capacitación es a diario pues todo el tiempo surgen nuevas herramientas, así que el reto es estar al día y sobre todo investigar.

¿Con cuántos especialistas en periodismo digital cuenta el diario?

En Elcomercio.com somos 6 periodistas digitales. No tengo conocimiento del número de periodistas del resto de páginas (Líderes, Últimas Noticias)

Los alumnos que salen de las diferentes universidades del Ecuador y llegan a trabajar al diario ¿llegan con conocimientos de periodismo digital?

Últimamente han llegado estudiantes que salen de universidades donde han estudiado esta disciplina. Lo cual es muy bueno puesto que traen nuevas ideas para hacer periodismo.

¿Cree usted que las universidades en el Ecuador están fomentando el periodismo digital en sus alumnos?

Como lo dije en la pregunta anterior, veo que esta disciplina se ha abierto en algunas universidades sobre todo particulares, mientras que las públicas están rezagas y solo tienen en su pènsum ciertas materias relacionadas con el periodismo digital. Creo que esta disciplina es fundamental para toda comunicador social en la actualidad.

¿Cómo ve al periodismo digital en el futuro?

Como una profesión dominante en el sentido en que quienes se han formado en periodismo digital estarán en capacidad de dominar de diversos formatos y eso le das una ventaja sobre el resto de profesionales en este campo. Además, según los estudiosos, la web ha demostrado su capacidad de convocatoria y de incidir en hechos reales (la elección de Obama, las protestas en Irán, etc) y ese ya es el mundo en el que debe desenvolverse un periodista.

Entrevista a Emilio Carrión (Editor de ecuavisa.com)

¿Qué opina sobre el periodismo digital?

Erróneamente muchos consideran que es el periodismo del futuro cuando en realidad hace varios años ya que es el presente de la comunicación social. Es la más completa rama del periodismo, y la más difícil también. Lo es porque además de todo lo que implica el periodismo formal o tradicional, requiere un alto grado de conocimiento tecnológico, el cual evoluciona y mejora prácticamente día a día. El periodismo digital supone además una verdadera democratización de la comunicación, de la información, de los medios, ya que ahora cualquiera puede no solo expresar su opinión en la Web, sino hasta improvisar canales y radios en línea mediante podcast y video streaming. El aspecto negativo de esta democratización es que desde ya circula en la red una avalancha de información que muchas veces no ha sido ni editada, ni filtrada, ni confirmada, ni contrastada, y que puede servir para mentir o manipular a la sociedad.

¿Están conscientes del impacto que ha ocasionado el periodismo digital en todo el mundo?

No, definitivamente no. Creo que Ecuador está muy atrasado en lo que a periodismo digital se refiere, está dando sus primeros pasos. Para la mayoría de los medios de comunicación del país el punto com no es más que una cuestión de imagen, de presencia institucional, o -en el mejor de los casos- un espejo del medio tradicional: es decir que en la Web apenas se publican las mismas noticias del diario o la revista o las grabaciones de la señal al aire en el caso de la radio y la televisión. Estamos en pañales aún.

¿Como medio de comunicación como están enfrentando el tema del periodismo digital?

Si bien Ecuavisa está en línea desde 1996, recién en 2007 cambió su visión del periodismo digital. Ahora está dando pasos importantes para insertarse en la onda digital y, aunque le falta mucho camino por recorrer, me atrevería a decir que junto a eluniverso.com y elcomercio.com, ecuavisa.com es uno de los referentes de la era digital en el país, sobretodo entre las estaciones de televisión.

¿Poseen todas las herramientas necesarias para hacer periodismo digital?

No, y ese es el principal obstáculo. En un país como Ecuador en el que la penetración de Internet en los hogares no llega a ser masiva todavía la operación de las áreas digitales de los medios no llega a ser rentable todavía, el mercado publicitario digital es muy muy reducido e incipiente todavía, y aquello influye en toda la operación: sin grandes ingresos no hay grandes inversiones, y el periodismo digital demanda mucha inversión y tecnología, sobretodo si es el sitio web de una de estación de televisión como lo es ecuavisa.com.

¿Con cuántos especialistas en periodismo digital cuenta la estación televisiva?

Con pocos realmente, muy pocos.

Los alumnos que salen de las diferentes universidades del Ecuador y llegan a trabajar a este medio de comunicación ¿llegan con conocimientos de periodismo digital?

No en realidad. El periodismo es un oficio que se aprende en 80% con el ejercicio, apenas el 20% de lo que estudias en la universidad sirve a la hora de la hora. En Ecuador no hay una real preparación para el periodismo formal, mucho menos para el digital.

¿Cree usted que las universidades en el Ecuador están fomentando el periodismo digital en sus alumnos??

No, no lo creo. A Ecuavisa llegan practicantes siempre, pero nunca ninguno se interesa en el área digital.

¿Cómo ve al periodismo digital en el futuro?

Cercano y lejano a la vez. Hoy está aquí, es el presente, pero mañana ya será el futuro por la cantidad de adelantos e innovaciones que aparecen cada día; es difícil estar constantemente actualizado, y muy caro. No obstante aquello, creo que en el futuro el periodismo digital será el principal y el más importante, y todo lo demás no será más que un complemento.

Comunicación digital de las Facultades de Comunicación de las Universidades de Guayaquil.

Tantos términos para referirse a lo que pasa en Internet, es que ya estamos llenos, si no es la web 2.0 es la 2.1 y luego a veces nos saltamos a la 3.0. Y mientras más los jóvenes tienen acceso al internet para las universidades es mucho más fácil acceder a una comunicación digital directa con ellos sobre todo por las ventajas que nos brinda.

No en todas las universidades que hemos analizado manejan la comunicación digital con sus alumnos como es el caso de la Universidad Laica Vicente Roca fuerte, la Universidad Estatal de Guayaquil y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Estas universidades todavía no poseen recursos tecnológicos que puedan comunicarse con sus alumnos de manera digital y por lo tanto siguen teniendo una comunicación analógica. Uno de estos problemas radica en que sus alumnos todavía no tienen acceso al internet ya que muchos de ellos carecen de recursos económicos para hacerlo y esto hace que nos les interese las ventajas que puede dar la comunicación digital entre alumnos y facultad y que a su vez el uso de estas tecnologías sean limitadas.

A diferencia de la UEES y de la Casa Grande que manejan muchos recursos tecnológicos. En la UEES cuentan con el metis y con el blackboard son medios para que alumnos estén comunicados con la facultad y con el profesor directamente para que haya más interactividad entre todos.

La universidad Casa Grande tiene como requisito principal que todas las materias manejen blog para que los alumnos estén más conectados. Además es obligación que las materias que tenga relación con periodismo digital manden a realizar a sus alumnos blogs ya que esta otra manera de fomentar la comunicación digital en esta universidad y a su vez hacen que el alumno esté involucrado con este género de la información.

Para Enrique Rojas Decano de la Facultad de Comunicación de la Casa Grande este fenómeno del internet ha sido un buen detonante para crear una interacción más directa con sus alumnos como lo es la comunicación

digital. Es todo lo que hacemos en las prácticas humanas de interacción que ahora están amplificadas en las plataformas web. Y básicamente, lo que pasa es que hacemos interacciones, nos comunicamos, nos coordinamos.

Los que nacieron con internet, hoy hablan de estar online o offline, no pasan con la conversación de si tienen Internet o no, si ven el mail, o que es wikipedia. Es parte de como configuran el mundo, es haber nacido con televisión o radio, o también como lo fue la electricidad en una época.

Más que Web 2.0, creo que el término más adecuado es "Comunicación Digital" porque actualizaciones y diferentes versiones vendrán siempre, pero la práctica humana que está detrás, es la misma.

Por eso Internet no discrimina, porque según el programa que uses verás que preocupaciones te resuelve.

Análisis de los pensum académicos de las diferentes universidades.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

| PENSUM ACADÉMICO / MALLA CURRICULAR COMUNICACIÓN SOCIAL | |
|--|--|
| CICLO I | CICLO II |
| Introducción a la Comunicación | Psicología Social |
| Fotografía I | Fotografía II |
| Teatro | Tecnología Audiovisual |
| Idioma Español | Aproximación a la Literatura Contemporánea |
| Teología I | Taller de Redacción I |
| IPC | Teología II |
| | Antropología Cultural |

| CICLO III | CICLO IV |
|--|--|
| Teorías de la Comunicación Semiótica I Psicología de la Comunicación Técnicas de Entrevista Análisis de la Imagen Redacción Periodística Técnicas de Investigación Taller de Redacción II | Teoría del Periodismo Semiótica II Redacción de Revista Diagramación Comunicación Audiovisual Comunicación Radiofónica Estudios Contemporáneos Observatorio de Medios |
| CICLO V | CICLO VI |
| Animación Cultural I Publicidad y Difusión de Proyectos Narrativa Audiovisual Narrativa Radiofónica Composición Creativa Cine Estética y Arte Optativa I | Animación Cultural II Legislación Profesional Proyecto Periodístico Escrito Composición de Guiones y Libretos Locución Comunicación y Estudios Ecuatorianos Ética Optativa II |
| CICLO VII | CICLO VIII |
| Edición y Producción Economía y el Periodismo Práctica | Análisis de Prensa Seminarios Práctica |
| CICLO IX - CICLO X | |
| Investigación y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación Guía de Tesis | |

Análisis y Crítica del Discurso

Menciones

1. – Organizacional

Comunicación Organizacional
Planificación Estratégica
Enfoque Comunicacional y Marketing
Taller: Comunicación y Mercadeo Interno

2 – Audiovisual

(Documentales) Producción de Audiovisuales I
Seminarios I
(Documentales) Producción de Audiovisuales I I
Seminarios II

3 – Diseño Gráfico para Medios de Comunicación

Fundamentos Básicos de Diseño
Publicidad y Diseño
Diseño de Medios
Producción Web

4 - Prensa Escrita

Diseño Gráfico y Creativo y Manejo de textos
Políticas Editoriales y otros géneros periodísticos
Periodismo Escrito y los nuevos contextos
Seminarios

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

| PRIMER AÑO | SEGUNDO AÑO |
|-----------------------------------|--|
| 1.- Estudio del Idioma Nacional | 1.- Periodismo Audiovisual |
| 2.- Introducción al Periodismo | 2.- Periodismo y Lenguaje de Radio |
| 3.- Sociología General | 3.- Redacción Periodística |
| 4.- Psicología de la Comunicación | 4.- Métodos y Técnicas de Investigación en la Comunicación |
| 5.- Nociones de Economía | 5.- Sociología de la Comunicación |

| | |
|---|--|
| <p>6.- Realidad Socio - Económica del Ecuador y el Mundo</p> <p>Seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción a la Informática <p>Módulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inglés I | <p>6.- Nociones de Estadística</p> <p>Seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informática Intermedia <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inglés II ▪ Pasantías de Radio ▪ Vinculación con la Comunidad |
| <p>TERCER AÑO</p> <hr/> <p>1.- Diagramación 2.- Periodismo y Creatividad 3.- Periodismo Interpretativo 4.- Periodismo y Lenguaje de Televisión 5.- Legislación Periodística 6.- Periodismo Digital</p> <p>Seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informática Avanzada <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inglés III ▪ Pasantías de Prensa Escrita | <p>CUARTO AÑO</p> <hr/> <p>1.- Práctica de Radio 2.- Práctica de Televisión 3.- Práctica de Periodismo Escrito y Digital 4.- Análisis de Discurso 5.- Ética Periodística 6.- Relaciones Públicas</p> <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inglés IV y V ▪ Pasantías de Televisión ▪ Pasantías de Relaciones Públicas |



Licenciado en Periodismo

| | | | | | | | |
|---------------------------|----|----------|--------------------------------------|---|----------|----------|--|
| Ciencias Naturales | 3 | UCEC 171 | Ecología | * | N | | |
| Matemáticas | 3 | UMAT 235 | Estadística I | * | UCOM 101 | | |
| Computación | 3 | UCOM 101 | Informática I | * | N | | |
| Investigación | 6 | USSC244 | Metodología de la Investigación I | * | N | | |
| | | USSC324 | Métodos de Investigación Aplicada | * | USSC244 | | |
| Estudios Empresariales | 9 | UECO 101 | Elementos de Economía | | N | | |
| | | UCON 100 | Elementos Contables | | N | | |
| | | UGER 103 | Fundamentos de Administración | * | N | | |
| | | UMKT 260 | Introducción al Marketing | * | N | | |
| Humanísticas | 6 | UHUM 106 | Civilización Mundial I | | N | | |
| | | UHUM 206 | Civilización Mundial II | | N | | |
| | | USSC 203 | Socioeconomía Ecuatoriana | | | | |
| | | USSC 204 | Historia de la Cultura Ecuatoriana | | N | | |
| | | UPSI 105 | Introducción a la Psicología | | N | | |
| | | UANT111 | Antropología | | N | | |
| | | USOC101 | Introducción a la Sociología | | N | | |
| Comunicación | 18 | UCMU 101 | Lenguaje y Comunicación I | * | N | | |
| | | UCMU 108 | Lenguaje y Comunicación II | * | UCMU 101 | | |
| | | UCMU 151 | Teoría de la Comunicación | * | N | | |
| | | UCMU 318 | Ética y Comunicación | * | N | | |
| | | UCMU 231 | Comunicación de Masas | * | UCMU 151 | | |
| | | UCMU 271 | Semiología | * | UCMU 231 | UPBL 302 | |
| Diseño | 6 | UDIG 101 | Introducción al Diseño Digital | * | N | | |
| | | UDIG 201 | Diseño Gráfico | * | N | | |
| Publicidad | 3 | UPBL 302 | Fundamentos de Publicidad | * | N | | |
| Arte | 3 | UART 105 | Historia del Arte | | N | | |
| | | UART 251 | Arte Contemporáneo | | N | | |
| Tecnologías Audiovisuales | 3 | UTAV 112 | Taller de Introducción a los Medios | * | N | | |
| Periodismo | 3 | UPER101 | Introducción al Periodismo | * | N | | |
| Educación Física | 3 | UEDU 101 | Nutrición y Salud | | N | | |
| | | UDEP 101 | Aeróbicos | | N | | |
| | | UDEP 105 | Fútbol | | N | | |
| | | UDEP 117 | Yoga | | N | | |
| | | UDEP 121 | Básquetbol | | N | | |
| | | UDEP 132 | Voleibol | | N | | |
| | | UDEP 141 | Natación | | N | | |
| | | UDEP 151 | Ping-Pong | | N | | |
| | | UDEP 161 | Tenis | | N | | |
| | | UDEP 171 | Defensa Personal | | N | | |
| | | UDEP 181 | Tai Chi | | N | | |
| Inglés | 12 | ING | Según el conocimiento del estudiante | | | | |
| Comunicación | 6 | UDER 333 | La Ley y la Comunicación | * | N | | |



| | | | | | | | |
|------------------------|----|----------|--|---|----------|----------|----------|
| | | UCMU 255 | Lenguaje y Comunicación III | * | UCMU 108 | | |
| Diseño | 3 | UDIG 401 | Diseño Editorial I | * | UDIG 201 | | |
| Electiva Comunicación | 12 | UCMU 315 | Comunicación Interpersonal | | UCMU 151 | | |
| | | UCMU 330 | Relaciones Públicas | | UCMU 108 | UCMU 151 | |
| | | UCMU 341 | Redacción de Guiones | | UCMU 101 | UTAV 415 | |
| | | UCMU 325 | Comunicación y Conflicto | | UCMU 151 | | |
| | | UCMU 403 | Género y Comunicación | | UCMU 151 | | |
| Electiva Audiovisuales | 18 | UTAV 320 | Producción Radial | | UCMU314 | UTAV 112 | |
| | | UTAV 404 | Diseño de Websites | | UDIG 101 | UCMU 231 | |
| | | UTAV 403 | Edición de Imágenes | | UTAV 415 | UDIG 101 | |
| | | UTAV 415 | Narrativa Audiovisual | | UTAV 112 | | |
| | | UTAV 422 | Producción y Edición Audiovisual | | UTAV 403 | UTAV 415 | UCMU 341 |
| | | UTAV 433 | Taller Audiovisuales I | | UTAV 422 | | |
| | | UTAV 431 | Proyectos Audiovisuales I | | UTAV 422 | | |
| Periodismo | 30 | UPER 275 | Géneros Periodísticos I | * | UPER 101 | | |
| | | UPER 306 | Fotoperiodismo | * | UCMU 215 | | |
| | | UPER 315 | Géneros Periodísticos II | * | UPER 275 | | |
| | | UPER 401 | Periodismo Investigativo | * | UPER 315 | | |
| | | UPER 420 | Edición de Medios Impresos | * | UPER 401 | UDIG 409 | UPER 315 |
| | | UPER 450 | Periodismo Electrónico | * | UDIG 101 | UPER 315 | |
| | | UPER 301 | Historia Política de Latinoamérica | * | UPER 315 | | |
| | | UPER 365 | Estudios del Ecuador Contemporáneo | * | UPER 301 | | |
| | | UPER 435 | Prensa y Poder | * | UPER 365 | | |
| | | UPER 361 | Periodismo Internacional | * | UPER 315 | | |
| Ciencias Sociales | 3 | USSC 420 | Geopolítica | * | UECO 101 | UPER 301 | |
| Inglés | 12 | ING | De acuerdo al nivel inglés según el conocimiento del estudiante. Para graduarse el estudiante deberá aprobar CMU 293 Intercultural Communication | | | | |

| FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN | | | |
|---|------|----------|-------|
| | CANT | CREDITOS | TOTAL |
| MATERIAS | 55 | 3 | 165 |
| PRACTICAS INTERNAS* | 480 | 30 | 30 |
| TALLERES | 10 | 2 | 20 |
| PRE E INDUCCIONES | | 10 | 10 |

Pensum de la Universidad San Francisco de Quito

ESPECIALIZACIÓN - PERIODISMO MULTIMEDIOS

| 1 | PRIMER AÑO | | | |
|------------------|-------------|---|----------|---------------------|
| | Código | Materia | Créditos | Requisitos |
| primer semestre | COM100 | Fundamentos de Comunicación | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| segundo semestre | PER141 | Redacción Multimedios Básica | 3 | Co-requisito ESP210 |
| | PER140 | Investigación y Planificación | 3 | Ninguno |
| | CG | Cultura Gastronómica | 1 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | ESP210 | Composición II | 3 | ESP100 |
| | ADC110 | Herramientas de Diseño y Multimedia | 3 | Ninguno |
| verano | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| 2 | SEGUNDO AÑO | | | |
| | Código | Materia | Créditos | Requisitos |
| primer semestre | FOT102 | Fotografía para Comunicación | 3 | Ninguno |
| | PER211 | Prensa: Formatos Intermedios | 3 | PER 141 |
| | PER231 | Redacción Audiovisual Avanzada | 3 | PER 141 |
| | TMD111 | Herramientas Básicas de Producción de Audio | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | PER243 | Prácticas Multimedios I | 0 | 2do año |
| segundo semestre | PER242 | Técnicas de Reportería Multimedios | 3 | PER 140, PER 211 |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | COM200 | Estudios Críticos de Comunicación y Arte | 3 | COM100 |
| | CTV112 | Imagen y Sonido | 3 | FOT110 |
| | CTV112L | Imagen y Sonido (Laboratorio) | 0 | FOT110 |

| | | | | |
|--------|-----|---|---|------------------|
| | S/C | Taller radio: Escoger entre PER 232 y PER 333 | 3 | PER 231, TMD 111 |
| verano | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | CG | PASECC | 1 | Ninguno |

3 TERCER AÑO

| | Código | Materia | Créditos | Requisitos |
|------------------|--------|--|----------|--------------------------|
| primer semestre | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| | PER321 | Redacción Multimedia e Hipertextual | 3 | PER 211 |
| | DIS115 | Fundamentos de Diagramación | 3 | ADC110 |
| | S/C | Taller TV: escoger entre PER 334 y PER 335 | 3 | PER 231, CTV 112, C 112L |
| | PER447 | Seminarios de Periodismo Multimedios | 1 | Ninguno |
| segundo semestre | PER313 | Edición de Periódicos y Revistas | 3 | PER 211 |
| | CG | Electiva Libre | 3 | Ninguno |
| | PER312 | Redacción Avanzada: Reportajes y Crónicas | 3 | PER 211 |
| | PER322 | Taller Web: Producción de noticias Digitales | 3 | PER 321 |
| | PER344 | Prácticas Multimedios II | 0 | PER 243 |
| | COM290 | Taller de Medios Mixtos | 3 | COM200 |
| verano | CG | PASEM | 1 | Ninguno |

4 CUARTO AÑO

| | Código | Materia | Créditos | Requisitos |
|------------------|--------|----------------------------------|----------|------------|
| primer semestre | COM395 | Temas en Comunicación y Arte | 3 | COM290 |
| | PER414 | Diseño Editorial | 3 | DIS 115 |
| | CG | Electiva Libre | 3 | Ninguno |
| | PER448 | Leyes y Ética de la Comunicación | 3 | Ninguno |
| | CG | Colegio General | 3 | Ninguno |
| segundo semestre | PER416 | Producción Editorial | 3 | PER 414 |
| | COM395 | Temas en Comunicación y Arte | 3 | COM290 |
| | CG | Electiva Libre | 3 | Ninguno |

| | | | | |
|--|--------|---------------------------------|---|------------------|
| | CG | Electiva Libre | 3 | Ninguno |
| | PER445 | Producción Multimedios Avanzada | 3 | PER 312, PER 313 |

Total de créditos de la especialización 130

Teniendo en cuenta los respectivos pensum de cada universidad hemos podido sacar la conclusión que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la Universidad Estatal de Guayaquil y la Universidad Laica están en un mismo nivel académico con lo que respecta a periodismo digital, ninguna de estas universidades tienen materias relacionadas con el periodismo digital ya que unas están haciendo adecuaciones para el próximo año y en otras ni siquiera tienen pensado hacerlo.

De las otras universidades restantes como son la universidad UEES y la Casa Grande si tienen materias relacionadas con el periodismo digital una más que otra.

En el siguiente cuadro comparativo mostraremos las materias de periodismo digital que poseen estas dos universidades.

| UEES | CASA GRANDE |
|--------------------------------|------------------------------------|
| Diseño de web site | Photoshop illustrator I y II |
| Diseño editorial | Diseño editorial |
| Introducción al diseño digital | fundamentos del periodismo digital |
| | Redacción para web |
| | Convergencia multimedial |
| | Producción de páginas web |
| | Nuevos medios 1 y 2 |

| Comparación con las materias de la San Francisco de Quito |
|--|
| Redacción multimedios básica |
| Herramientas de diseño y multimedia |
| Redacción multimedia e hipertextual |
| Taller web: producción de noticias digitales |
| Practicas multimedios I |
| Practicas multimedios II |
| Diseño editorial |
| Imagen y sonido para la web I |
| Imagen y sonido para la web II |
| Producción multimedios avanzada |

3.1.3 Procesamiento y descripción de resultados

Hecho el plan de la investigación a desarrollar, y resueltos los problemas que plantea el muestreo, empieza el contacto directo con la realidad objeto de la investigación o trabajo de campo, es decir la recogida de datos mediante los diversos métodos de observación.

Este proceso -aplicación de la metodología- es muy específico y engloba todos los procedimientos planeados en el diseño de la investigación, ya que en él se examinan todos los datos objetos de estudio y además proporciona al investigador la materia de trabajo que ha de ser objeto después de tratamiento y estudio científico.

Este proceso consiste en la aplicación de las encuestas a los alumnos de la carrera de Periodismo de las facultades de comunicación de las diferentes universidades del Ecuador y su posterior análisis de acuerdo a lo planeado.

Según lo anterior, las encuestas, se aplicaron de la siguiente manera:

Se encuestó a 320 estudiantes de las facultades de comunicación de las diferentes universidades de Guayaquil, mediante un formulario impreso de preguntas, con el fin de evaluar a los encuestados su nivel de conocimiento sobre el periodismo digital.

El formato que se utilizó para las encuestas fue el siguiente:

ENCUESTA Periodismo Digital

Edad: _____

Sexo: _____

¿En pocas palabras que entiendes por periodismo digital?

.....
¿Tienes conocimiento de lo que es el periodismo digital?

Sí _____

No _____

¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5

Sí_____ No_____

4. ¿Cuántas materias has cogido?

1-2 3-5 6-10

5 ¿te gustaría coger?

Sí_____ No_____

6. ¿Escribe tres direcciones de medios periodísticos digitales que usualmente utilizas?

.....

7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?

Youtube google facebook yahoo msn

8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?

.....

9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?

Más rápido_____ más completo_____

10. ¿sabes que un blog?

Sí_____ No_____

11.¿Tienes un blog?

si_____ no_____

12. ¿Conoces un blog de un periodista ecuatoriano?

Sí_____ No_____

13. ¿De qué medios prefieres leer la información?

Impreso digital

3.1.2 Análisis de los resultados

La integración y especialización del periodismo digital a nivel académico es un tema de discusión en tan reciente aparición del género y la acelerada automatización de la información. Las Universidades que ofrecen la carrera de comunicación o periodismo en Guayaquil contemplan algunos cursos relacionado con la tecnología. Sin embargo, ninguna ofrece especialización en dicho género todavía. Además, muy pocas ofrecen un laboratorio equipado con las herramientas necesarias para dichos cursos en especial la Universidad pública.

Para medir el nivel de conocimientos que tienen los alumnos de las facultades de comunicación de las universidades de Guayaquil acerca del periodismo digital, encuestamos a 320 estudiantes que fue el tamaño de la muestra que se estimó, mediante el sistema del muestreo aleatorio simple.

De acuerdo a los datos recogidos y analizados en esta investigación es posible concluir que:

No en todas las universidades de Guayaquil se está fomentando el periodismo digital en sus alumnos de periodismo y lo hemos confirmado por los siguientes hallazgos:

En la Universidad Católica de Guayaquil solo el 14% respondió tener conocimiento en periodismo digital y un 86% dijo que no tenía conocimiento en este género. Por otra parte el 100% respondió no haber visto ninguna materia de periodismo digital. Sin embargo el 63% menciona que si le interesaría ver materias que estén relacionadas como tal y el 37% restante dijo que no le interesaba ver ese tipo de materias.

En la Universidad Estatal un 84% de las personas encuestadas menciono que no tenían conocimiento alguno con respecto al periodismo digital y solo un 16% dijo que sí. Con respecto a que si habían tomado materias relacionadas con periodismo digital todos los encuestados dijeron que no ósea el 100% de ese grupo respondió de no haber recibido ninguna asignatura relacionada con el periodismo digital.

En tanto que en la Universidad Laica un 89% menciono no tener conocimiento en periodismo digital y un 11% menciono que si, por otra parte un 100% dijo no haber cogido ninguna materia relacionada con esta disciplina.

Los hallazgos encontrados en estas tres universidades al parecer casi son iguales ya que no contienen ninguna materia en su pensum que tenga que ver con este género de la información y por otra parte nos podemos dar cuenta que no todos los estudiantes están dispuestos a querer escuchar este tipo de materia porque simplemente no les interesa.

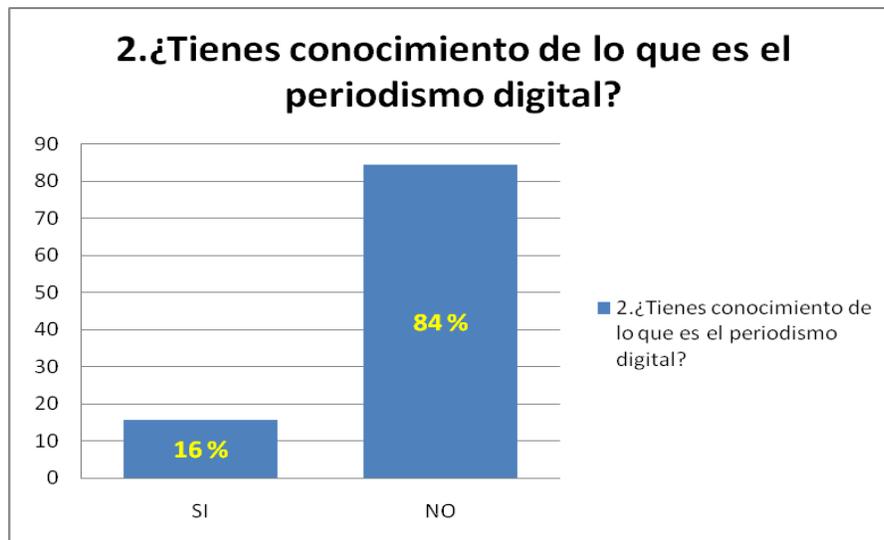
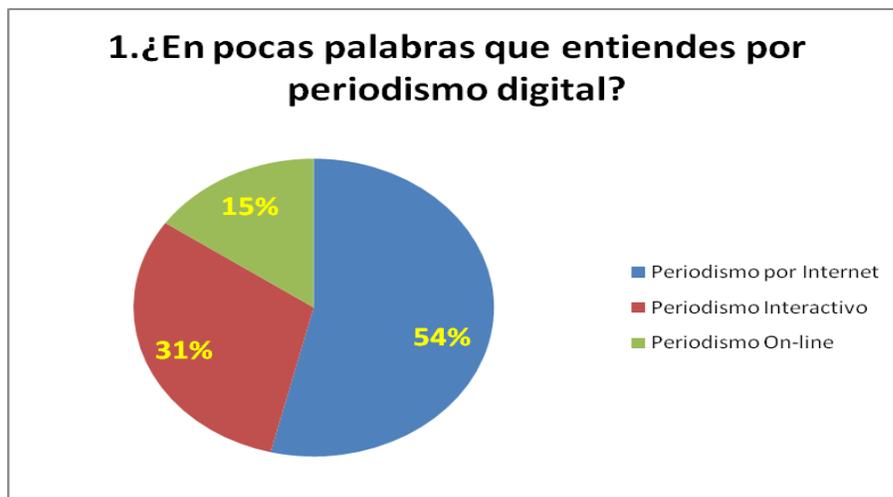
A diferencia de la UEES, de todos los encuestados un 63% dijo que si tenía conocimientos en periodismo digital y tan solo un 22% menciono que no, por otra parte un 62,5% dijo que si había cogido materias relacionadas con el periodismo digital y un 37,5% menciono que no había visto ninguna asignatura de ese tipo.

La Casa Grande es la universidad que más orientada ha estado con respecto a esta plataforma ya que el 100% dijo que si había visto materias en relación al periodismo digital. También se les pregunto que si habían cogido materias y el 100% dijo que si, esto quiere decir que todos los alumnos de periodismo de esta universidad ha visto más que sea una materia de periodismo digital

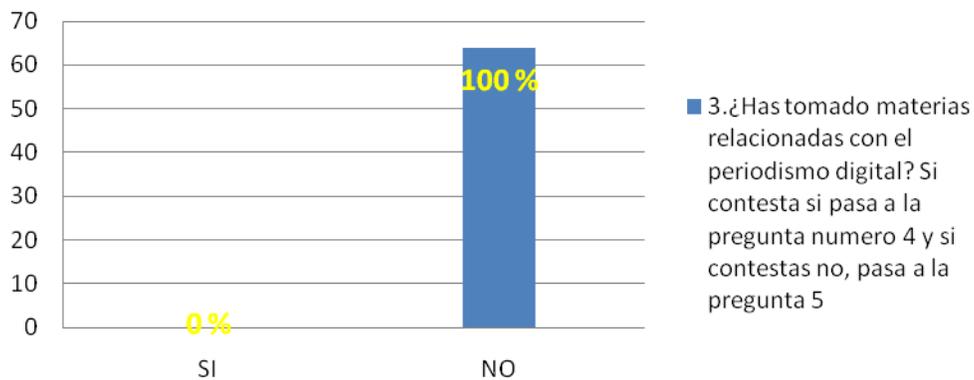
Considerando todo lo señalado anteriormente, es factible afirmar que el análisis de los datos recogidos de esta investigación demostró que las suposiciones que se realizaron de forma teórica al inicio no están alejadas de la realidad Guayaquileña.

Para el análisis de los resultados elaboramos gráficos para su representación de acuerdo a las respuestas de los estudiantes. Los resultados quedaron graficados de la siguiente manera:

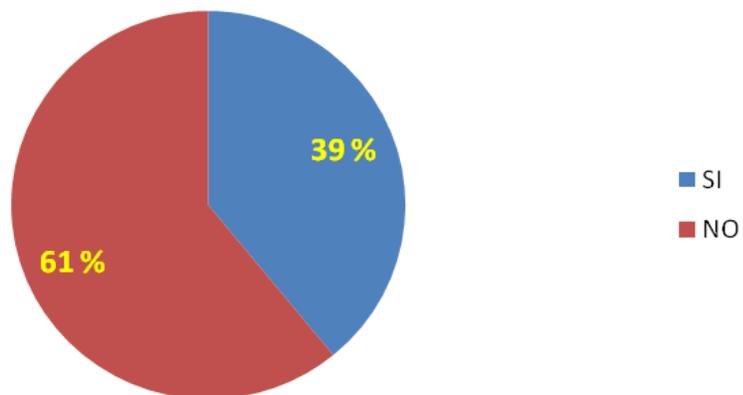
UNIVERSIDAD ESTATAL



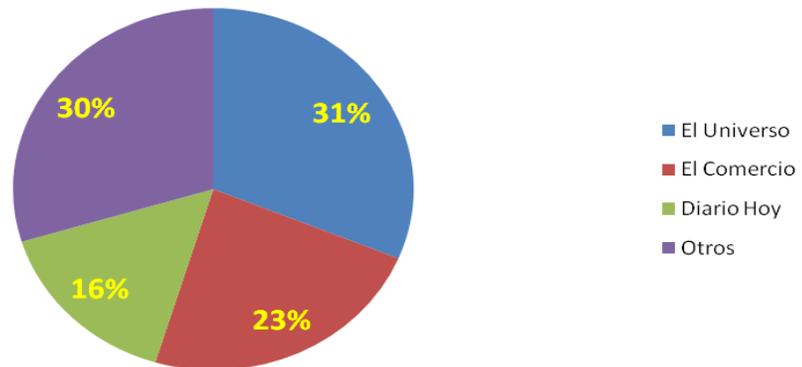
3. ¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5



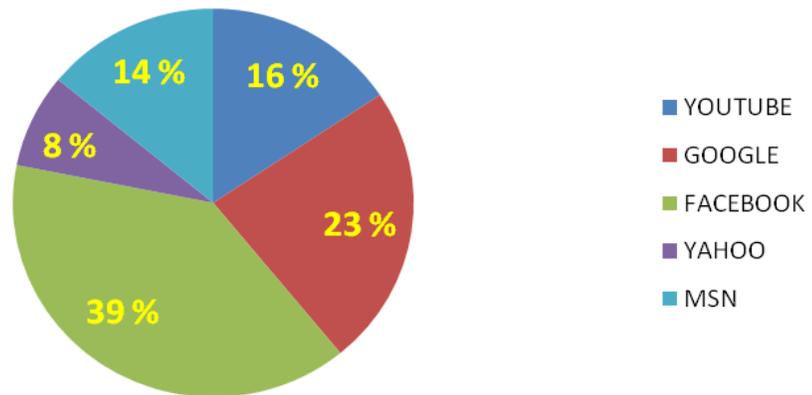
5. ¿te gustaría coger?



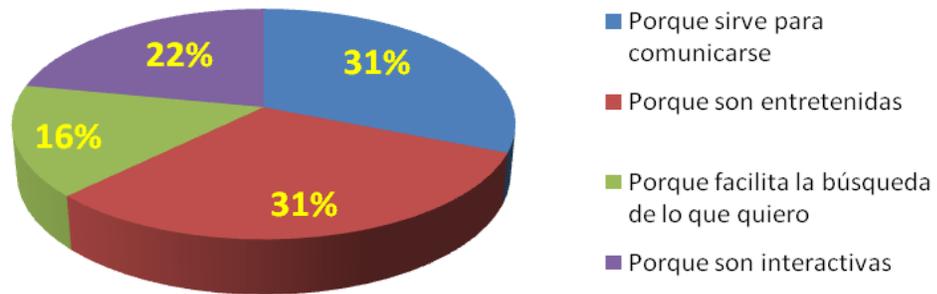
6. ¿Escribe tres direcciones de medios periodísticos digitales que usualmente utilizas?



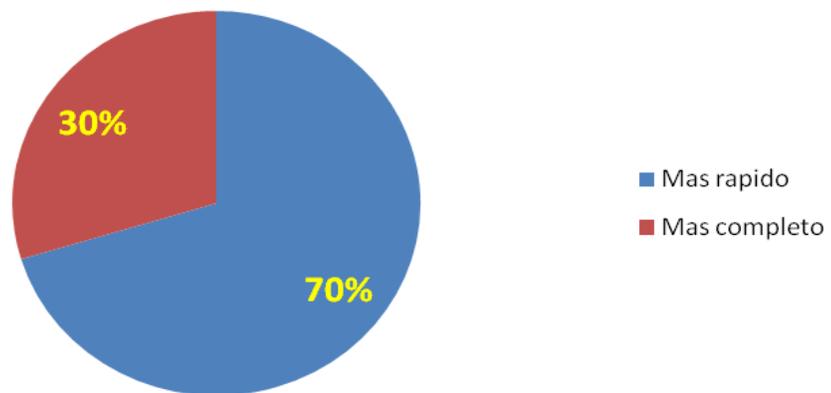
7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?



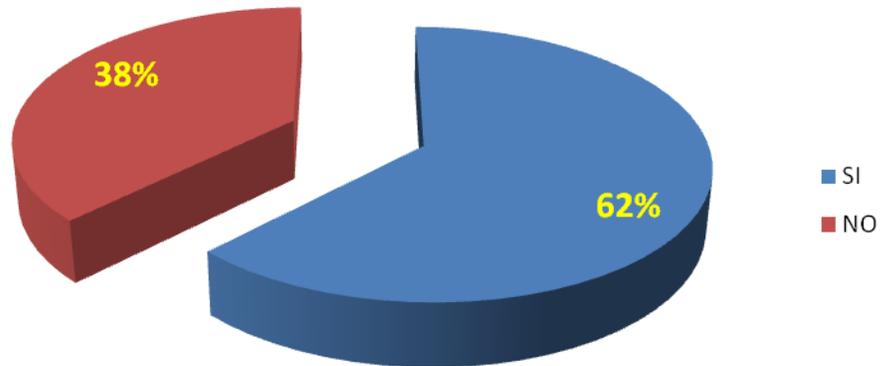
8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?



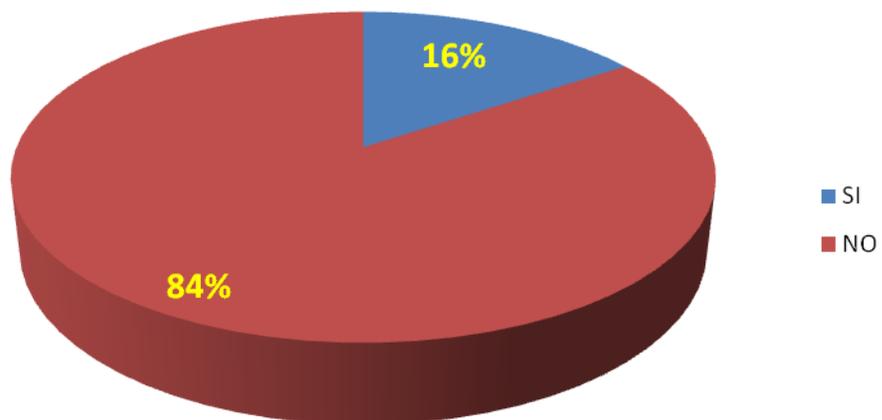
9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?



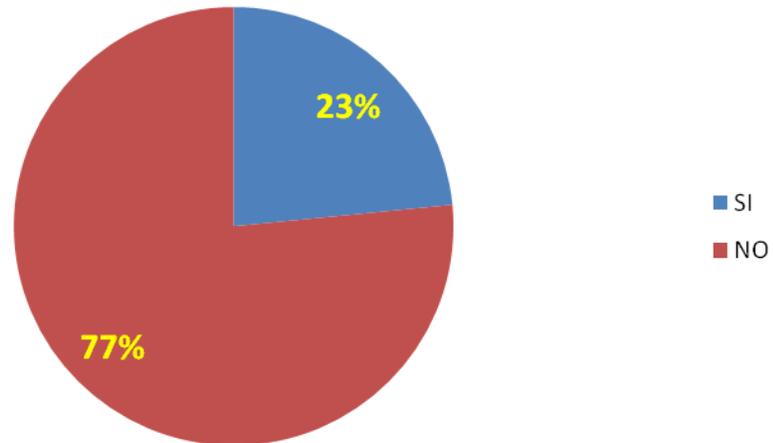
10. ¿Sabes que un blog?



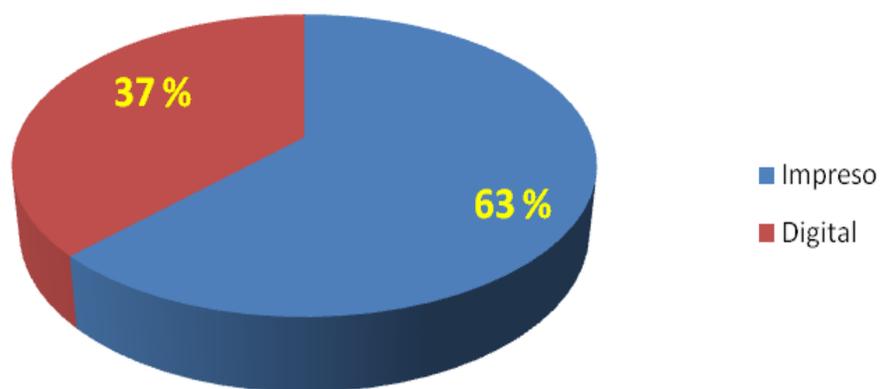
11. ¿Tienes un blog?



12. ¿Conoces un blog de un periodista ecuatoriano?

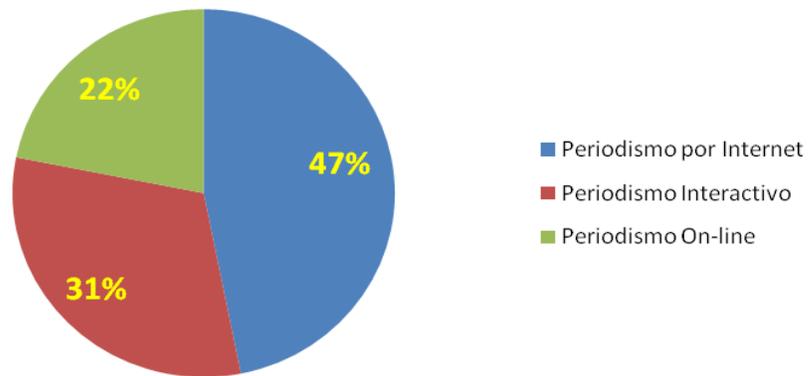


13. ¿De qué medios prefieres leer la información?

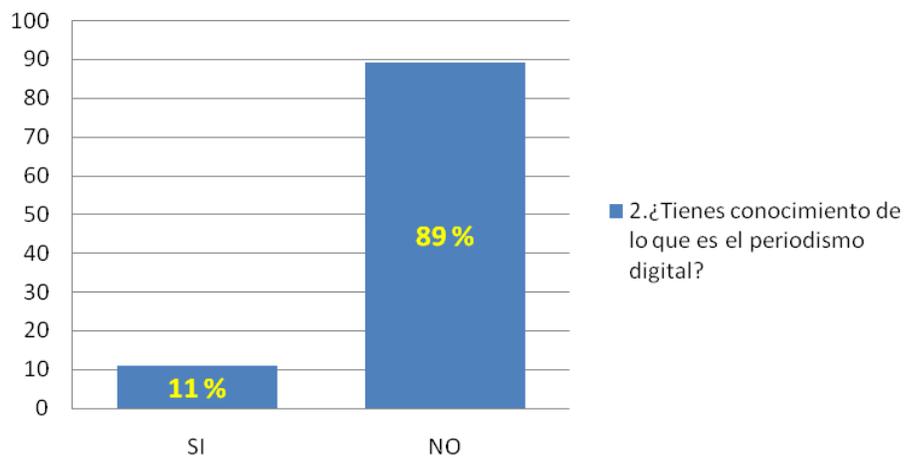


UNIVERSIDAD LAICA

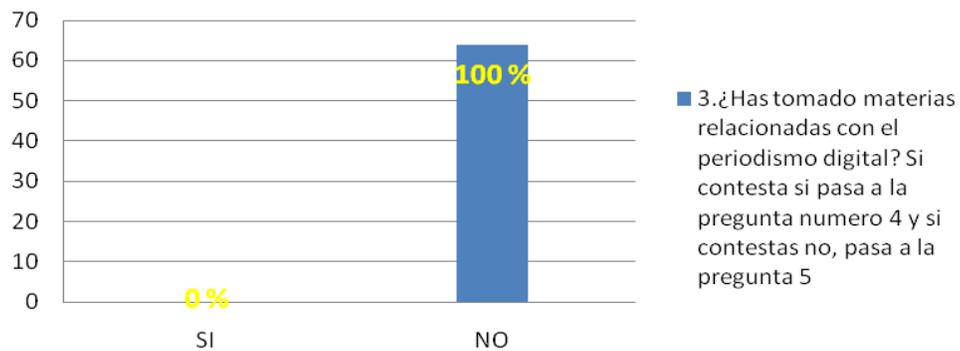
1. ¿En pocas palabras que entiendes por periodismo digital?



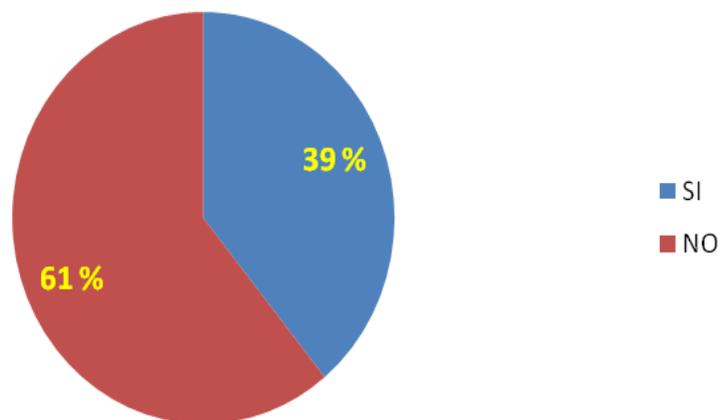
2. ¿Tienes conocimiento de lo que es el periodismo digital?



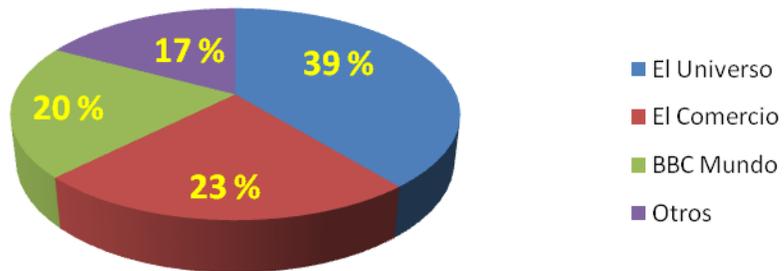
3.¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5



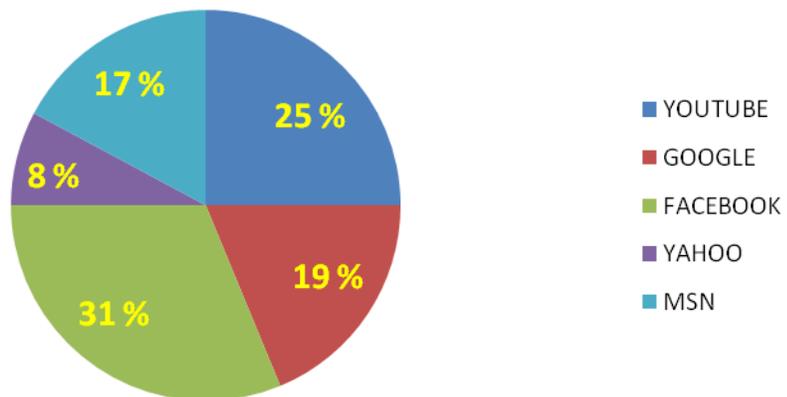
5.¿te gustaría coger?



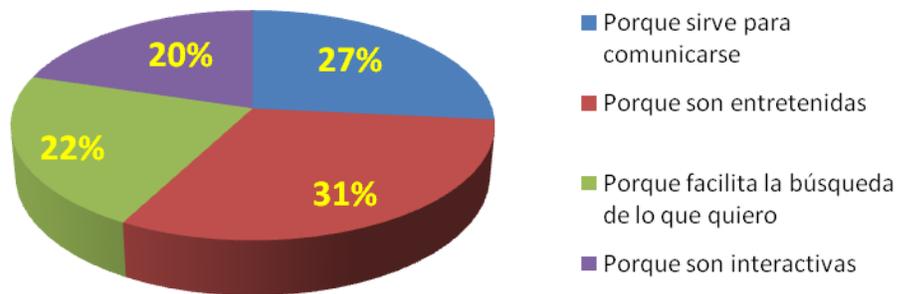
6. ¿Escribe tres direcciones de medios periodísticos digitales que usualmente utilizas?



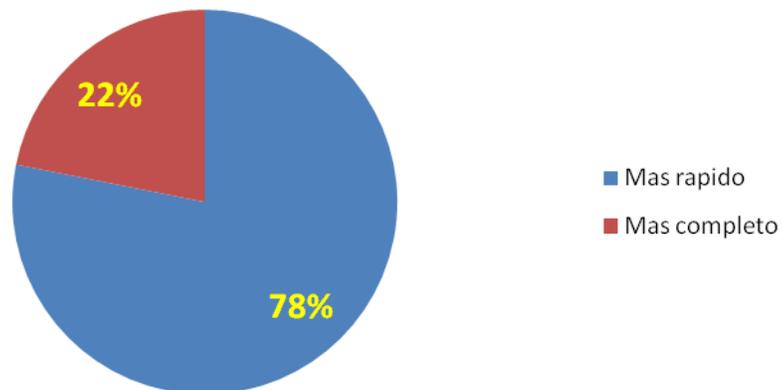
7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?



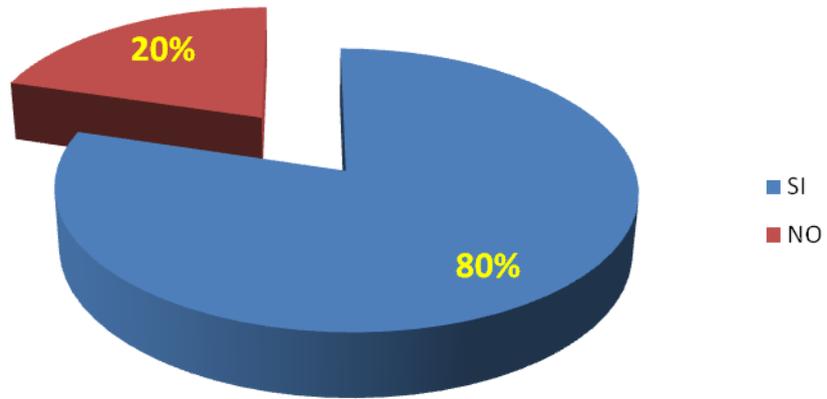
8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?



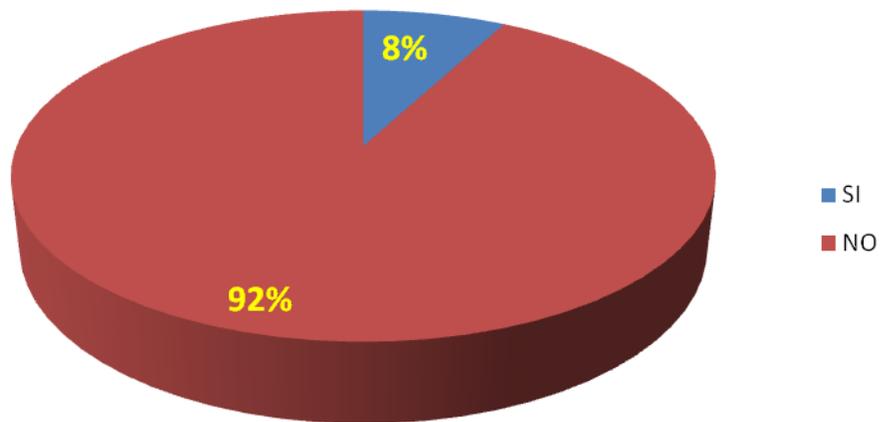
9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?



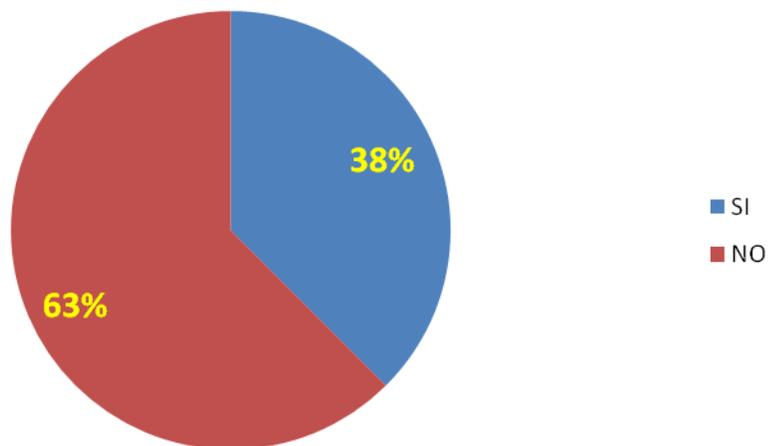
10. ¿Sabes que un blog?



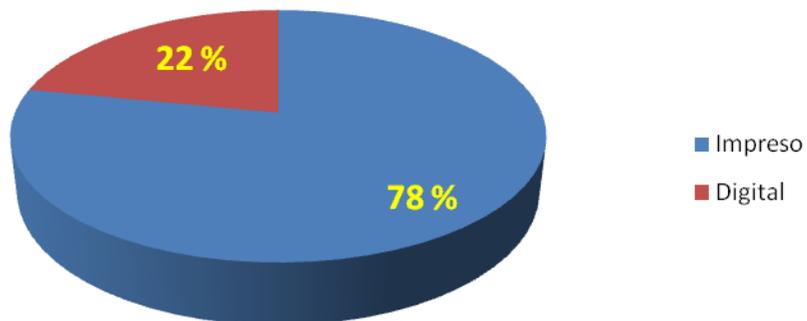
11. ¿Tienes un blog?



12. ¿Conoces un blog de un periodista ecuatoriano?

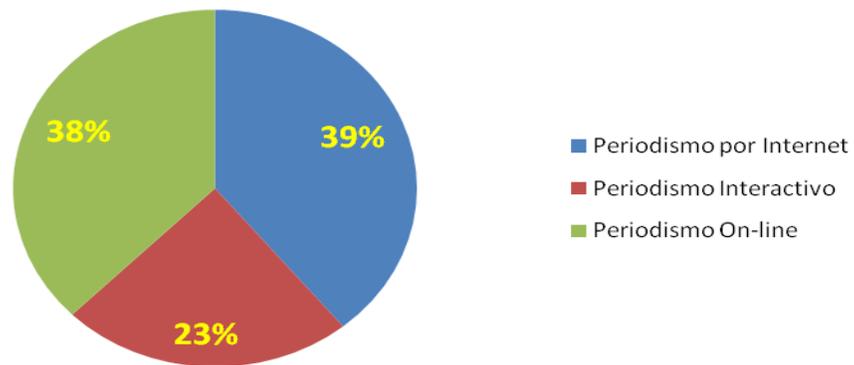


13. ¿De qué medios prefieres leer la información?

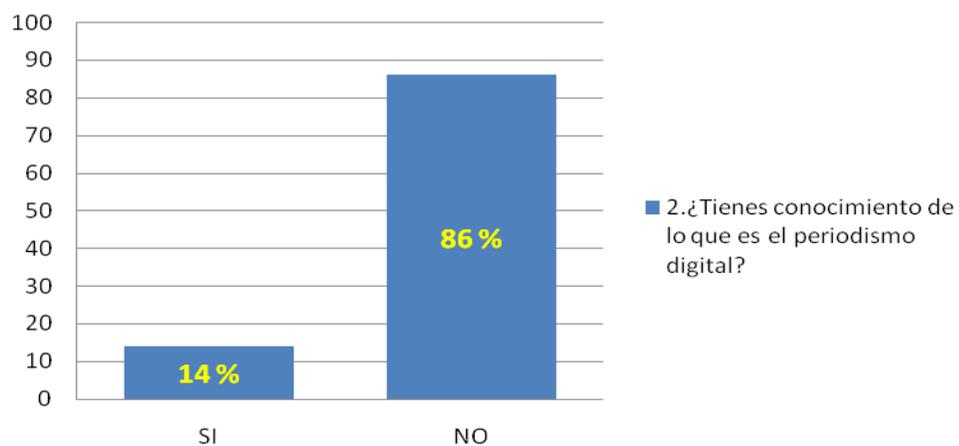


UNIVERSIDAD CATÓLICA

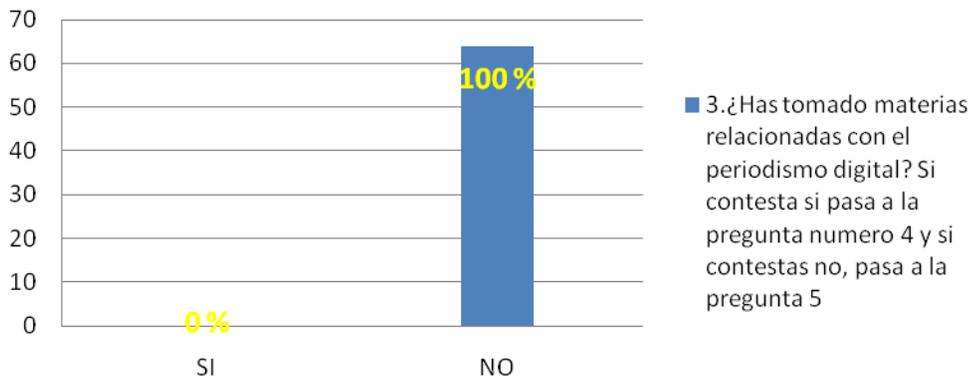
1. ¿En pocas palabras que entiendes por periodismo digital?



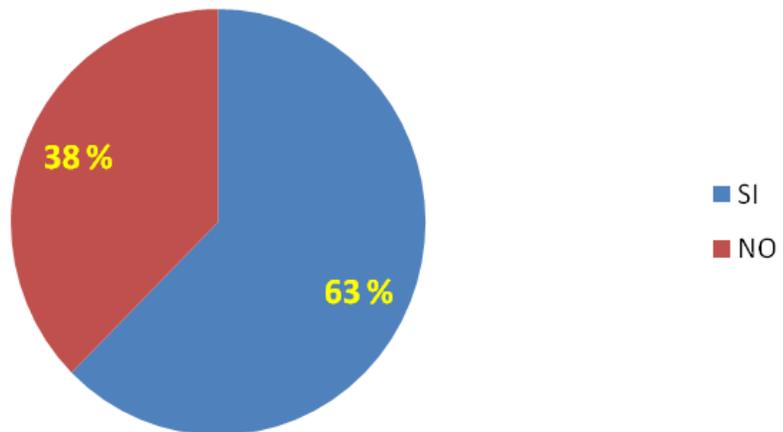
2. ¿Tienes conocimiento de lo que es el periodismo digital?



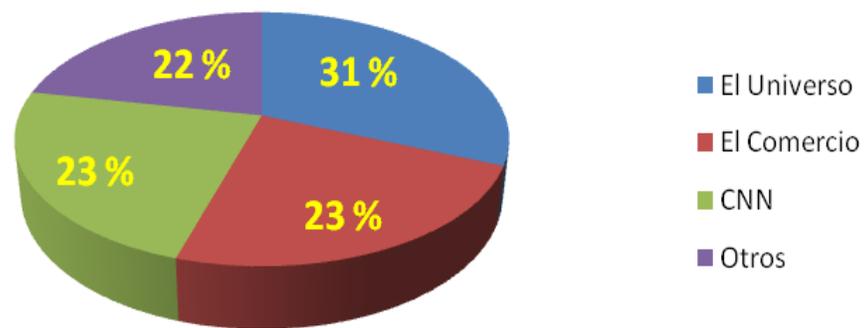
3.¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5



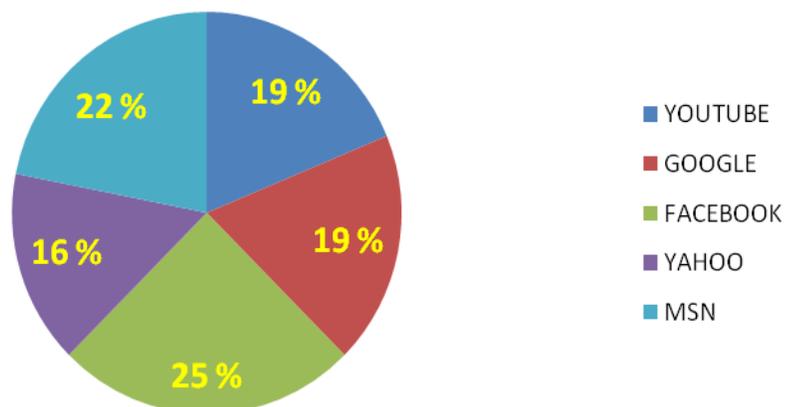
5.¿te gustaría coger?



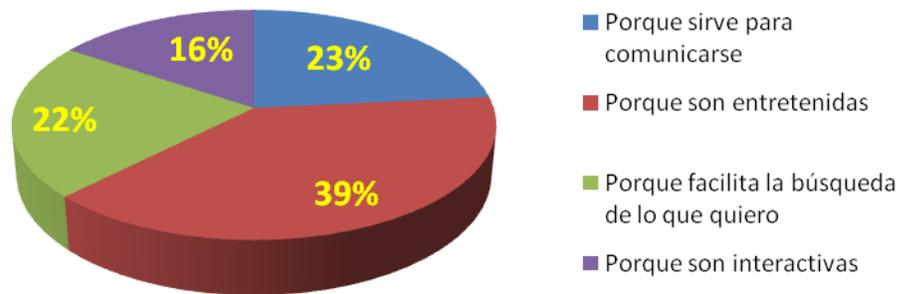
6. ¿Escribe tres direcciones de medios periodísticos digitales que usualmente utilizas?



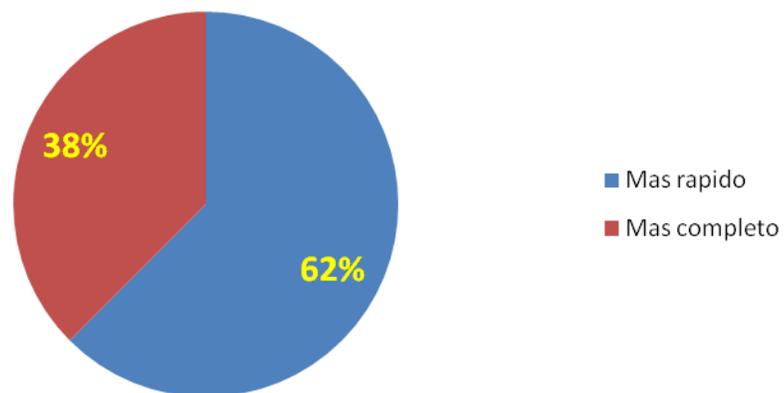
7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?



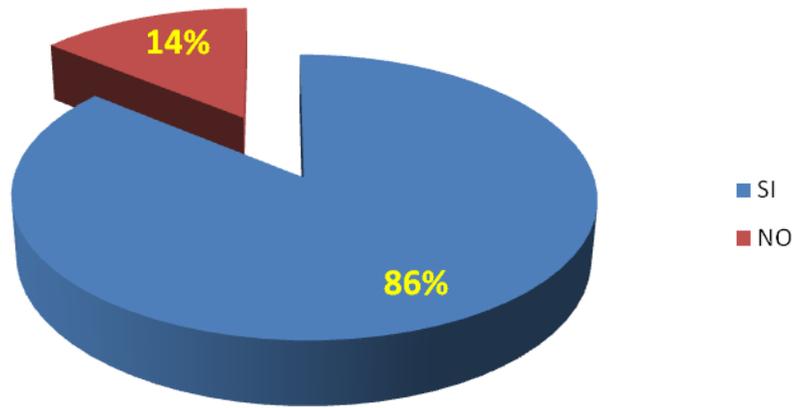
8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?



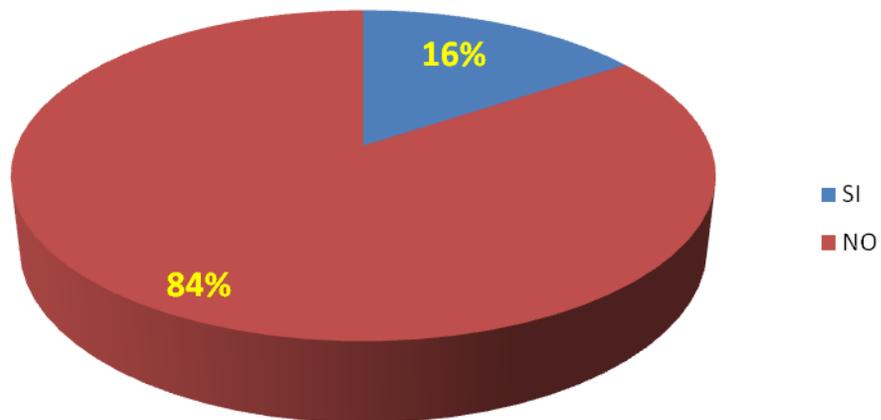
9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?



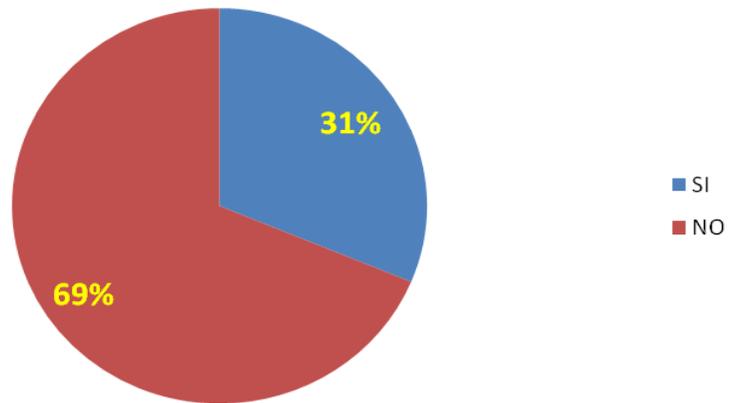
10. ¿Sabes que un blog?



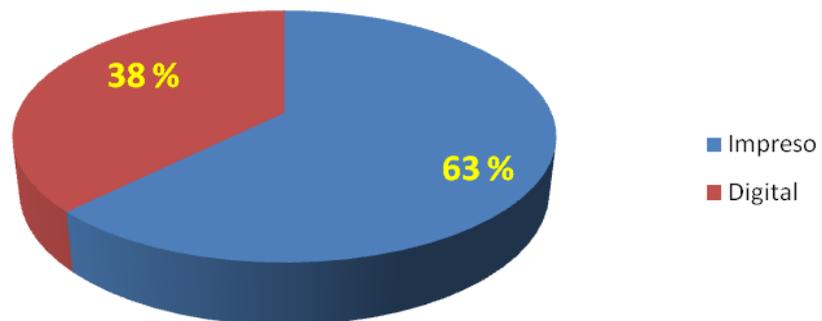
11. ¿Tienes un blog?



12. ¿Conoces un blog de un periodista ecuatoriano?

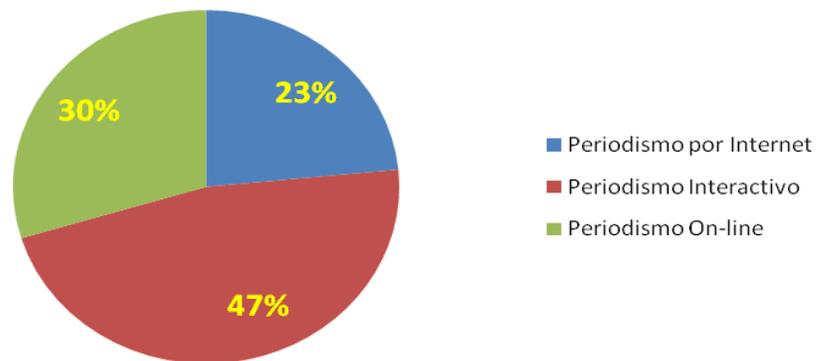


13. ¿De qué medios prefieres leer la información?

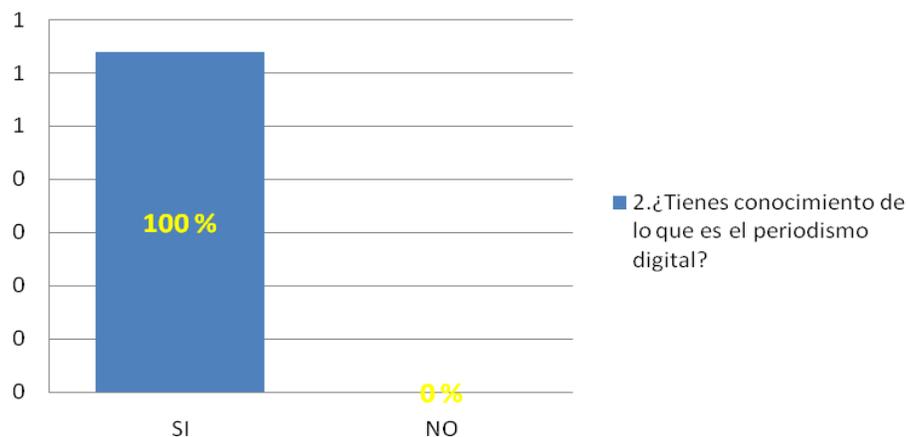


UNIVERSIDAD CASA GRANDE

1. ¿En pocas palabras que entiendes por periodismo digital?



2. ¿Tienes conocimiento de lo que es el periodismo digital?

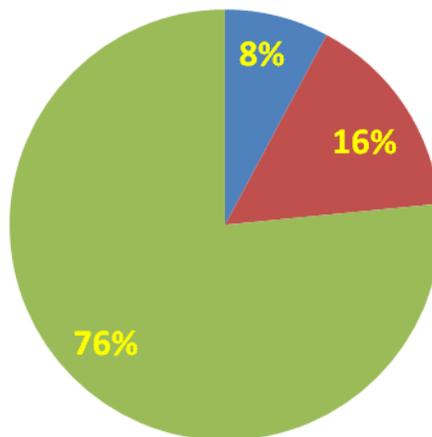


3. ¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5

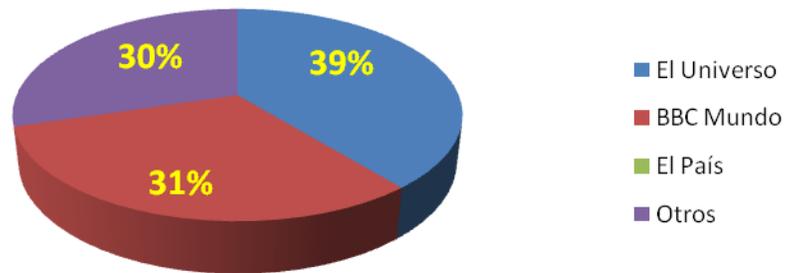


4. ¿Cuántas materias has cogido?

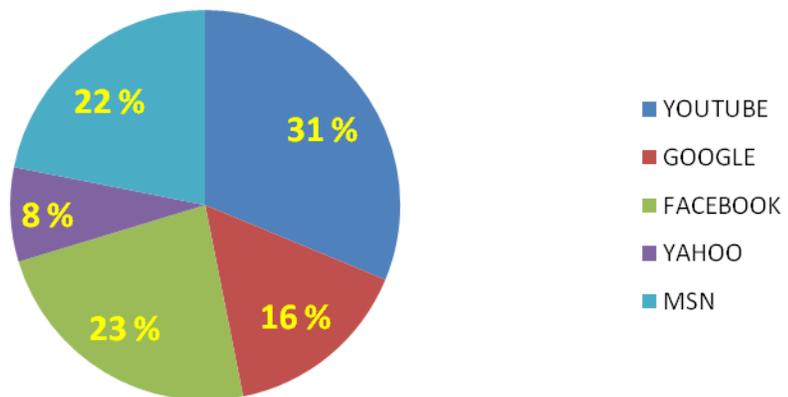
■ 1--2 ■ 3--5 ■ 6--10



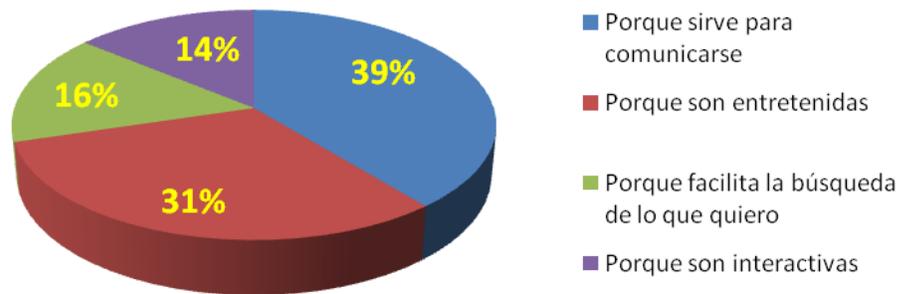
6. ¿Escribe tres direcciones de medios periodísticos digitales que usualmente utilizas?



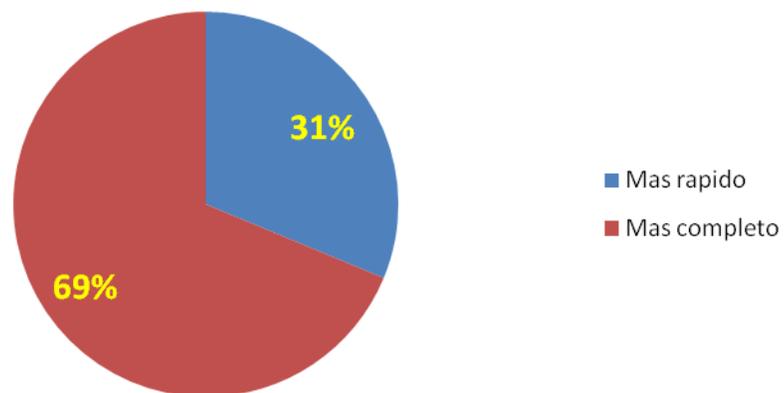
7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?



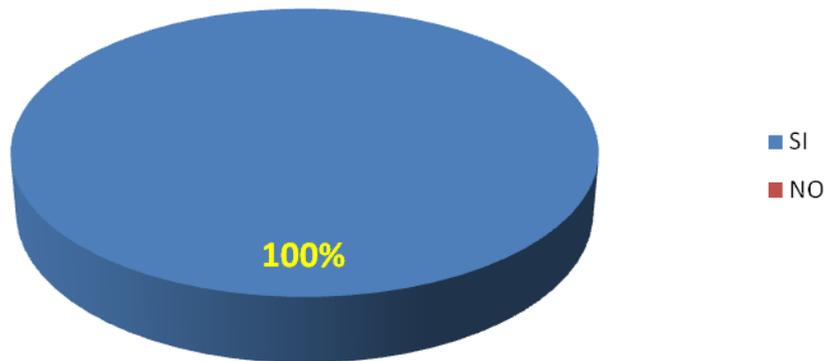
8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?



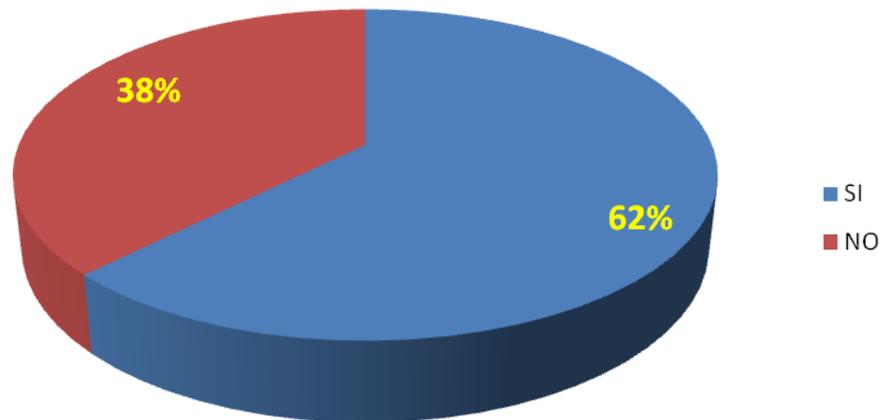
9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?



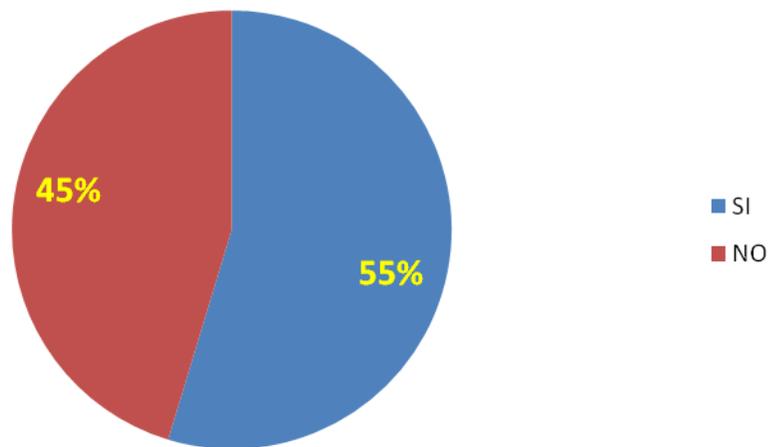
10. ¿Sabes que un blog?



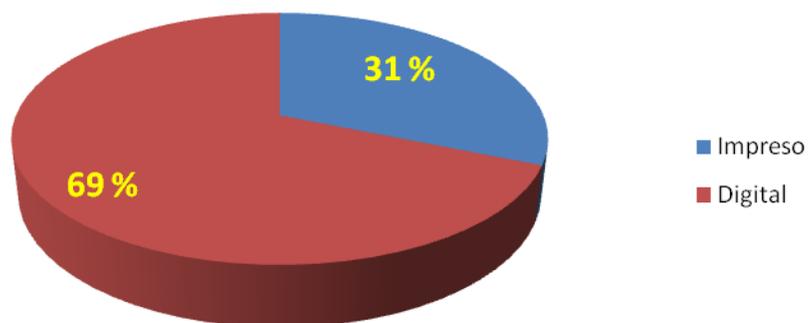
11. ¿Tienes un blog?



12. ¿Conoces un blog de un periodista ecuatoriano?

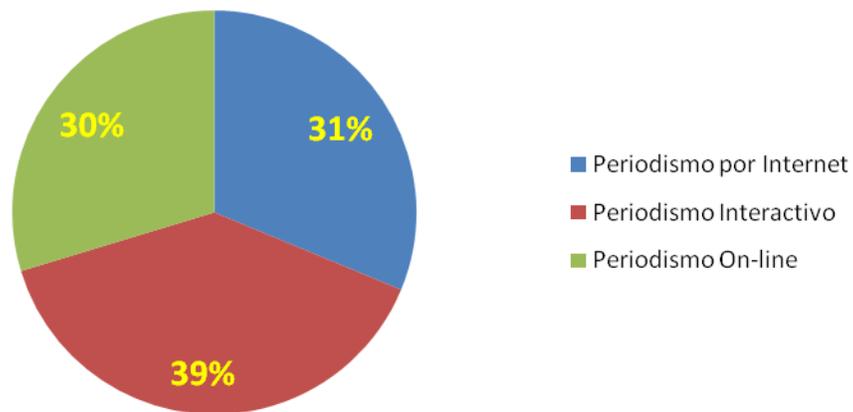


13. ¿De qué medios prefieres leer la información?

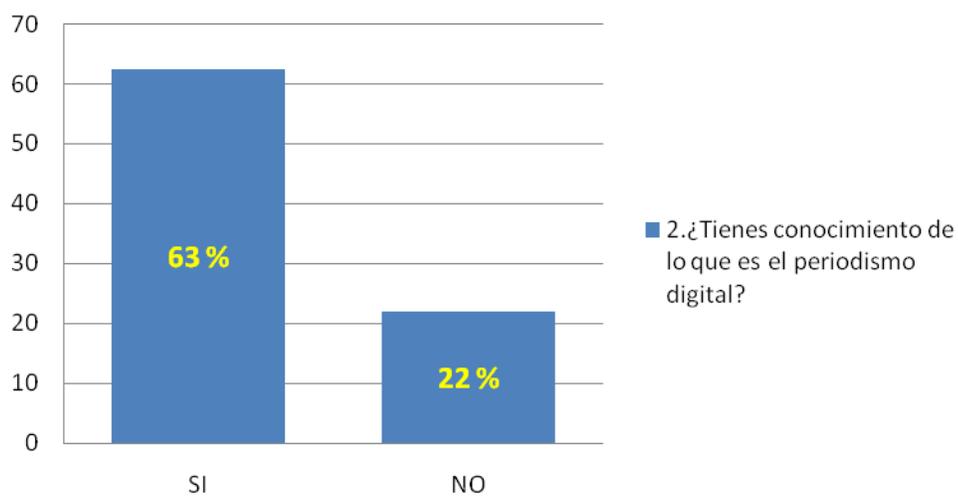


UNIVERSIDAD ESPIRITU SANTO

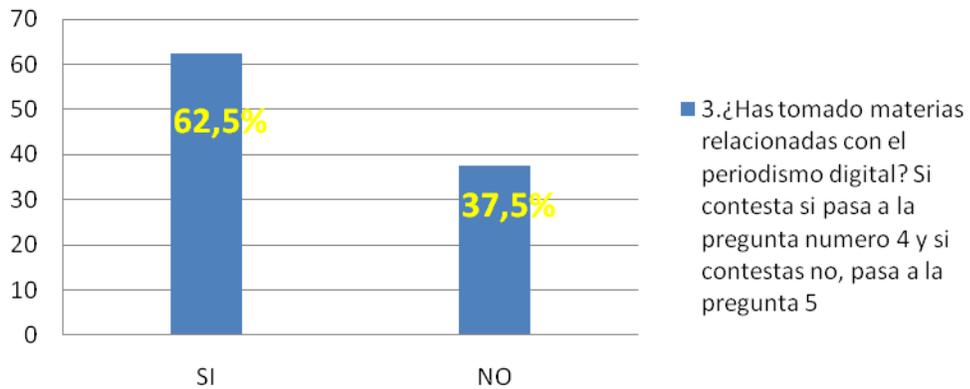
1. ¿En pocas palabras que entiendes por periodismo digital?



2. ¿Tienes conocimiento de lo que es el periodismo digital?

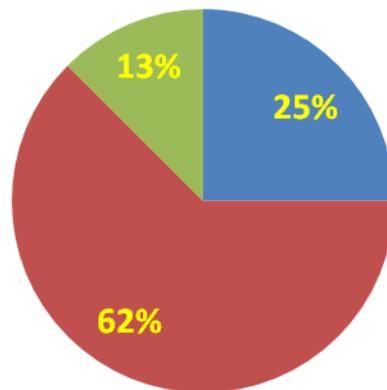


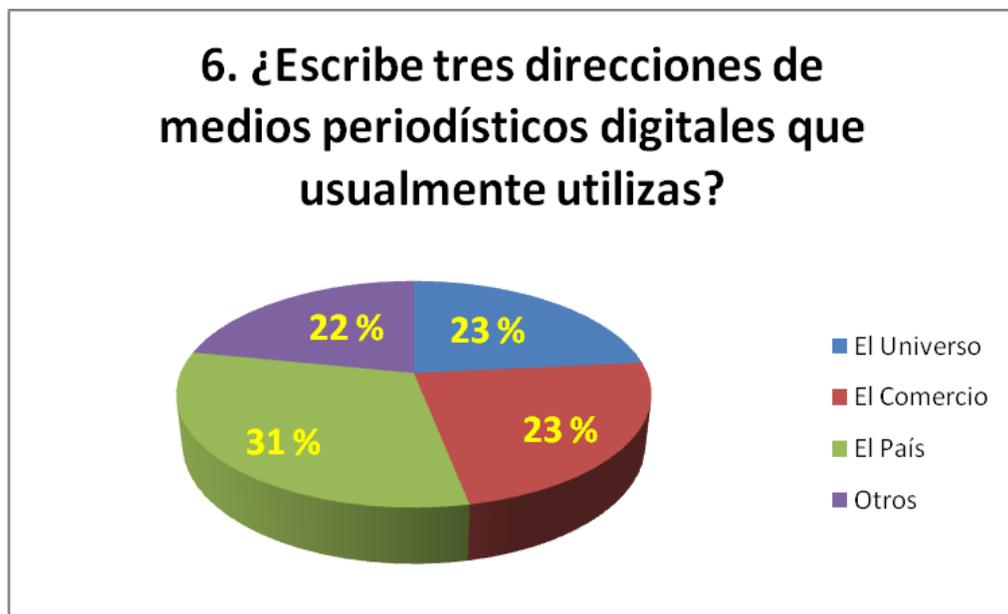
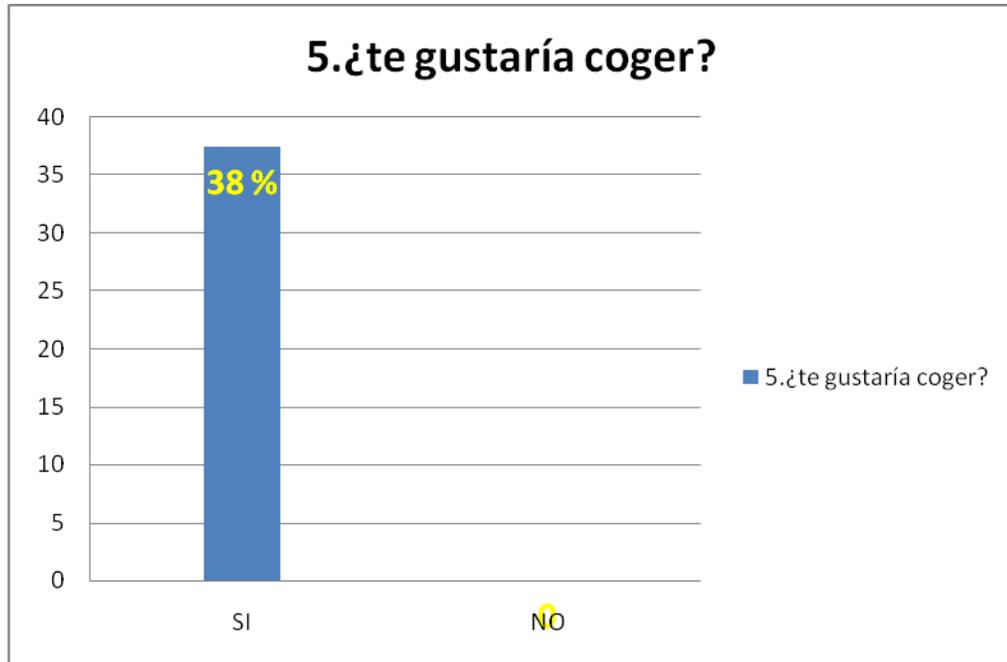
3. ¿Has tomado materias relacionadas con el periodismo digital? Si contesta si pasa a la pregunta numero 4 y si contestas no, pasa a la pregunta 5



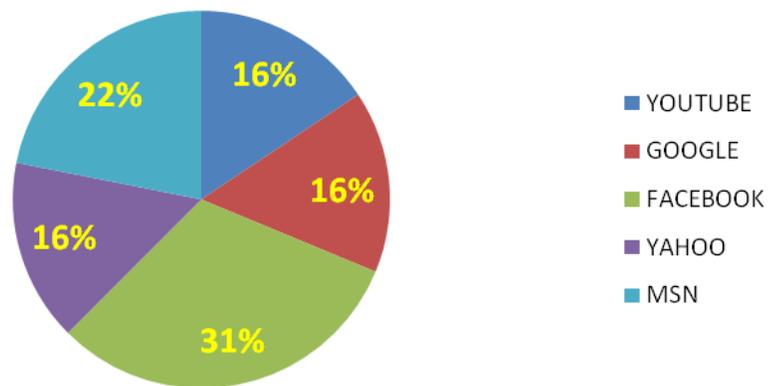
4. ¿Cuántas materias has cogido?

■ 1--2 ■ 3--5 ■ 6--10

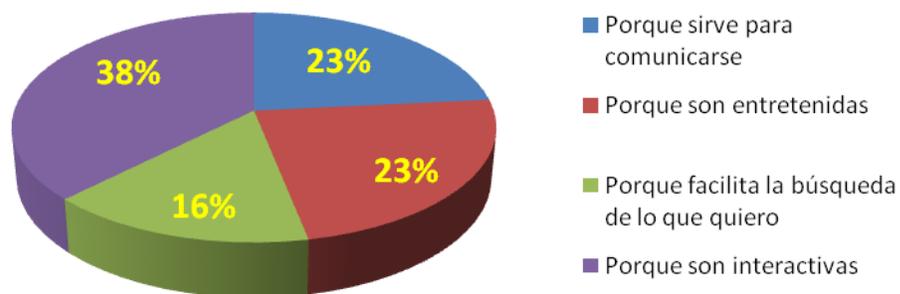




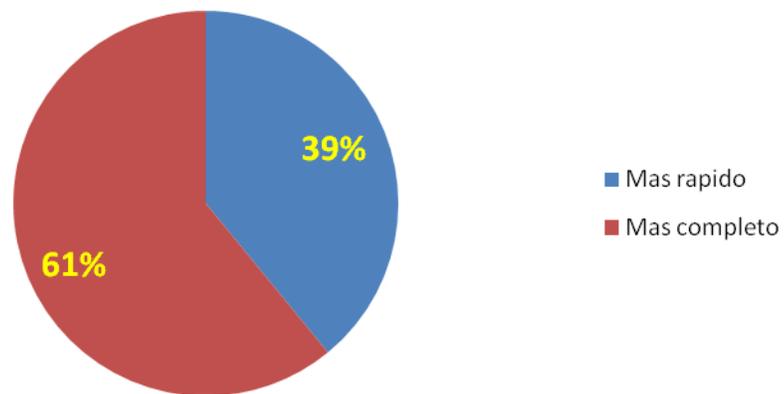
7. ¿Señala 3 de estas páginas que más visitas en internet?



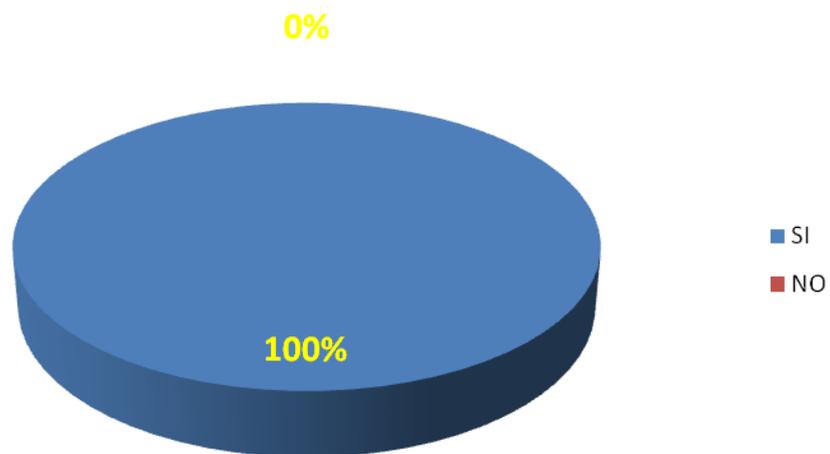
8. ¿Qué te llama la atención y porque prefieres estas páginas?



9. ¿Cómo evalúas el contenido de un medio digital?

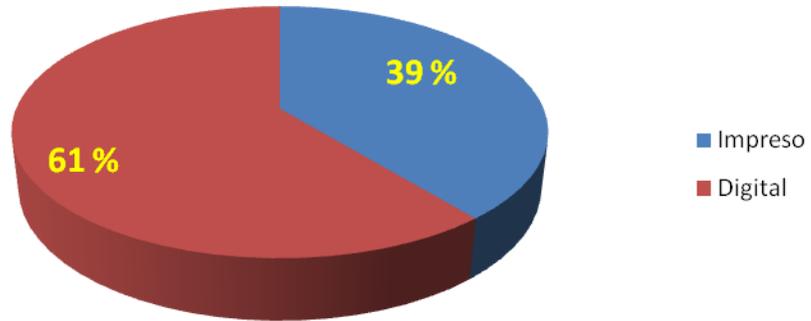


10. ¿Sabes que un blog?





13. ¿De qué medios prefieres leer la información?



CAPITULO IV

4. Conclusión

El objetivo general que guió esta tesis fue determinar la importancia de enseñar periodismo digital en las facultades de comunicación en Guayaquil. El estudio se realizó a cinco universidades de Guayaquil que poseen esta carrera. Una vez finalizado este estudio es posible señalar que este objetivo se cumplió al momento de determinar el nivel de conocimiento que tienen los alumnos sobre el periodismo digital, de esta manera, pudimos comprobar que de las cinco universidades que ofrecen la carrera de periodismo como tal, solo dos de ellas tienen dentro de sus pensum académicos materias relacionadas con esta disciplina y las otras restantes recién están en proceso de modificar sus pensum para darle cabida a este género periodístico.

De los objetivos específicos de esta investigación, en el primer objetivo específico que se planteó en esta tesis fue, evaluar el grado de importancia que tiene el periodismo digital en las facultades de comunicación de las respectivas universidades en Guayaquil. Tras el análisis de datos recogidos en esta investigación, es posible decir que en la mayoría de las facultades de comunicación que existen en Guayaquil, no se le ha dado la importancia que tiene esta plataforma periodística que está impactando al mundo, ya que en la mayoría de las universidades ni si quiera tienen los recursos para poder desarrollar este género periodístico dentro de la formación de sus alumnos.

En el segundo objetivo específico de esta tesis fue analizar el conocimiento que actualmente tienen los estudiantes de comunicación sobre el periodismo digital y la preparación de los periodistas en esta área. Tras el análisis es posible afirmar que gran parte de los estudiantes de periodismo de Guayaquil no poseen conocimientos en periodismo digital y por ende los estudiantes no se están preparando en esta área es decir, los cursos impartidos durante la carrera, no se integran con la tecnología para que los estudiantes tengan conocimiento de este género periodístico.

El tercero y último objetivo específico, fue identificar la actitud de los estudiantes de las facultades de comunicación de las diferentes universidades de Guayaquil, sobre el periodismo digital. Tras el análisis se determinó que a gran parte de los estudiantes simplemente no tienen interés por esta disciplina, sin embargo hubo un gran porcentaje de los estudiantes

que si están consiente del impacto que está ocasionando el periodismo digital y mucho de ellos si están de acuerdo que se les imparta materias relacionadas con esta nueva era de la información.

Finalmente la educación superior en países como ECUADOR lastimosamente sigue siendo un privilegio de las minorías y no un suceso normal para las mayorías. Las universidades deben contribuir en la formación de líderes profesionales con iniciativas que ayuden a la modernización y actualización de los medios de comunicación en el país. Un buen profesor en cualquier época, sigue siendo alguien que ayude a sus alumnos a observar la realidad, pensarla con criterio y comunicarla con claridad. Es importante que las carreras relacionadas con la comunicación y el periodismo incluyan dentro de su pensum de estudios cursos relacionados con el periodismo digital, las nuevas tecnologías de la comunicación y los servicios de comunicación en línea. Todos los medios regionales ya han incursionado en internet y la Web 2.0, los egresados universitarios deben dominar en la actualidad y a futuro los temas para competir en el mercado laboral de periodismo digital.

4.1 Recomendaciones

Considerando que la integración y especialización del periodismo digital a nivel académico es muy pobre en la ciudad de Guayaquil y en muchos casos no existe formación alguna de este género y tal como se señaló en el primer capítulo, esta tesis pretendía conocer el nivel de conocimiento que tienen los alumnos de comunicación de la Guayaquil acerca del periodismo digital, por ello y con el fin de mejorar esta situación es que se propone lo siguiente:

Propuesta de pensum o materias a incluir en las facultades de Comunicación Social de las universidades del país.

■ Manejo de internet.

Internet y su influencia en el mundo actual.

Breve historia de internet y los grandes cambios que produjo en el mundo.

Internet como fuente de investigación. Confiabilidad de las fuentes, buscadores, portales.

Participación en foros y grupos.

■ Tecnología multimedia.

Definición de multimedia.

Creación de páginas web. Lenguaje HTML.

Uso de programas de flash y dreamweaver

Procesamiento de videos

■ Redacción digital.

Cambios en la redacción tradicional. Introducción al hipertexto. Ventajas y desventajas de este lenguaje. Clases prácticas de hipervínculos.

Participación del usuario dentro del medio digital.

Géneros periodísticos en internet

Análisis de los medios de comunicación digitales

■ Imágenes digitales.

Procesamiento de imágenes. Trabajos con photoshop, a dobe illustrator.

Creación de gráficos para ser usados en la red.

■ Manejo de internet II.

Redes sociales y dispositivos móviles: la nueva forma de hacer periodismo.

Historia de las redes sociales.

Análisis de la influencia de las redes sociales en la vida de las personas..

Revolución social

Las redes sociales como nuevas fuentes de información

Los dispositivos móviles y su influencia en el mundo de la información.

Diseño de páginas wap.

■ El medio digital.

Organización de un medio digital

Adaptación de un medio tradicional a internet. Cambios realizados.

Medios on line vs medios impresos o televisivos.

Cómo sobrevivir en la red.

Practicas en un medio digital.

Blogs y mini blogs. Importancia. Ventajas y desventajas.

Ética periodística.

También se aconseja incluir en el pensum cursos de tecnología como el editor de fotografías Adobe Photoshop, pero siempre y cuando sean cursos largos ya que las universidades que suelen dictar estos tipos de cursos, lo hacen pero le dedican poco tiempo cuando estos software son tan sofisticados que se necesita de diferentes niveles de aprendizaje para conocer su potencial.

Por otro lado para un mejor aprovechamiento de los recursos técnicos, sería necesario que el estudiante practicara constantemente el uso de las técnicas aprendidas y tuviera acceso permanente a los programas cuya licencia es costosa o al laboratorio. Además, capacitar a los catedráticos en el uso de nuevas herramientas tecnológicas para la didáctica y promover la creatividad técnica en sus estudiantes.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Como escribir para la web del periodista digital colombiano Guillermo Franco
- Salverria Ramón “criterios para la formación periodística en la era digital”
- Gomez, Joseph.”El campo mediático y la sociedad de la información” en Chomsky, Noam
- Pavlik, Jhon.”El periodismo y los nuevos medios de comunicación
- Álvarez, Charo.”Globalización, nuevas tecnologías y comunicación
- Gil Quim.”diseñando al periodismo digital”
- Revista internacional científica y profesional
- Web noticia de Joao canavilhas
- Periodismo 2.0 de Mark Briggs

- Planeta 2.0 de Cristóbal Cobo Romaní y Hugo Pardo Kuklinski.
- Blog y medios de J. Noguera.
- Manual de uso del blog en la empresa de Alberto Ortíz de Zárate Tercero.
- El futuro es tuyo de varios autores
- La gran guía de los blog 2008 de Rosa Jiménez Cano y Francisco Polo.
- Nosotros, el medio de Chris Willis y Shayne Bowman.
- Como escribir para la web de Guillermo Franco.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

- <http://web.jet.es/inforpesca/concepto.htm>
- <http://www.pressnetweb.com/ciberperiodismo/>
- <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm>
- <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- <http://blogs.utpl.edu.ec/periodismodigital/>
- <http://www.coberturadigital.com/2009/07/08/el-nuevo-perfil-del-periodista-digital-exige-coordinar-comunidades-on-line/>

ANEXOS

Reportaje realizado y publicado por Stephanie Falla el 15 de enero de 2009

El perfil del periodista digital

Las noticias de un periódico digital puede manejar imágenes, texto y un vídeo que relate detalles sobre el suceso publicado. Un periódico digital utiliza una plataforma con gestores de contenidos como recurso de publicaciones o una tecnología más programada y elaborada para la publicación de las noticias. Los periodistas digitales pueden personalizar sus notas, las cuales, muchas veces no pasan por filtro de editores para las correcciones, porque deben publicarse lo más pronto posible.

Ante la dinámica de publicación en Internet, el perfil del periodista digital es diferente al periodista que se dedicaba a recolectar información durante el día, pasaba el resto de la tarde escribiendo y al terminar su nota, el editor se daba a la tarea de revisar y corregir su escrito. Para el periodista Orihuela, no se trata de destrezas nuevas las del periodismo digital, sino de las destrezas de siempre bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información.

Orihuela considera que el nuevo perfil de los comunicadores profesionales enfatiza en las destrezas referidas a la búsqueda, localización, procesamiento y redistribución de información mediante cualquier plataforma y lenguaje. Las nuevas plataformas conllevan nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo. Los periodistas digitales como mínimo deben dominar las aplicaciones en línea denominadas software social.

El periodista digital debe responde a mayores desafíos, según la periodista Reyes, en su experiencia con el Grupo Editorial de los periódicos El Heraldo y La Prensa. Para Reyes, el periodista digital debe responder a un perfil más completo con estudios en periodismo y comunicación, bilingüe, preferiblemente nativo digital, que domine muy bien los dispositivos y programas.

Con conocimiento en paquetes de oficina Microsoft Office, correo electrónico, navegación en Internet, búsquedas avanzadas a través de buscadores, usuario de dispositivo móviles entre ellos el iPod y teléfono celular Smartphone. Además, que cuente con experiencia en actualizaciones de blogs, ediciones en línea, narración de noticias, podcasts y vodcasts,

utilización de sistemas de edición y actualizaciones de notas vía SMS por celular.

Según Reyes, con estas características pueden realizarse comparaciones técnicas del perfil del periodista digital y el perfil del periodista tradicional. Es recomendable conocer todos los medios de comunicación, actualizarse constantemente en ellos y conocer sus tendencias. Sin embargo, Arroyave considera que todos son capaces de adaptarse; ella misma inició la profesión escribiendo notas en una máquina Royal mecánica, de los años 20, luego conoció las computadoras y ha desarrollado periodismo para Internet.

Para lograr adaptarse al cambio, su capacitación profesional ha sido constante, pero asegura que su especialización se la ha dado la práctica. Arroyave considera que las nuevas generaciones de periodistas tendrán la ventaja de capacitarse dentro de las aulas universitarias sobre las características del periodismo digital y sus exigencias.

Convergencia de los medios por Stephanie Falla ubicado el 18 de junio de 2009

En los años noventas, la administración y los resultados de los periódicos en Internet era incierta. Nadie sabía qué sucedería con esa versión digital. No existía un trabajo específico de redacción, actualizaciones y se publicaban las mismas noticias impresas. Las versiones digitales resultaban una especie de soporte o copias de seguridad del material seleccionado. El estudio El periódico on line, realizado por Lizy Navarro en el 2002, reveló que en septiembre del 2001 existían un total de 22 mil 954 medio de comunicación en línea y que 8 mil 783 eran periódicos y el resto estaba distribuido en estaciones de radio, estaciones de televisión y revistas.

Para los países de primer mundo, los cambios tecnológicos son más acelerados y la actualización es constante por el fácil acceso a la tecnología de punta. Para los países en Latinoamérica, con una brecha digital significativa, los cambios llegan a pasos lentos. Por lo tanto, resulta difícil estar al día con las tendencias imperantes en los países desarrollados. En Guatemala, el Internet llegó en 1991 a través del proyecto científico y educativo denominado Mayanet en la Universidad del Valle de Guatemala y no fue hasta 1998 cuando varias empresas empezaron a proveer del servicio al público en general.

En la actualidad, el Internet es más accesible para la población guatemalteca y el mercado cuenta con varias opciones que se acoplan a las necesidades de los usuarios, empresas o instituciones. Los cambios que causa el Internet en el acceso a la información, las diferentes formas de comunicación han permitido que profesionales de la comunicación reflexionen sobre las nuevas tendencias de los medios en la plataforma de Internet, tanto en la forma en que se hace periodismo como en los nuevos y mejorados dispositivos móviles para recibir la información. Las discusiones sobre el futuro del periodismo se llevan a cabo en diferentes países del mundo y en la actualidad medios en su versión digital han abierto un debate sobre la situación para que todos participen y expresen su opinión.

Para la periodista Nancy Arroyave, con 24 años de experiencia y encargada por más de 5 años de la versión digital del periódico Prensa Libre, el periodismo digital es un nuevo medio y una nueva forma de trabajar es un oficio antiguo de información. Arroyave considera que no existe tanta diferencia entre la estructura del periodismo tradicional y el periodismo digital, pero la dinámica de publicación en Internet es diferente. Por su parte, la periodista Ana Maria Reyes, encargada de la reingeniería en línea de los periódicos hondureños El Heraldo y la Prensa, considera que el periodismo digital es un nuevo tipo de periodismo que surge como consecuencia de la evolución de Internet a la Web 2.0.

El periodista José Luis Orihuela, de origen argentino, radicado desde hace más de 10 años en España, consolidado como uno de los catedráticos universitarios expertos en el tema del periodismo digital, afirma que un buen periodista digital debe ser diestro en el manejo del lenguaje adecuado a cada plataforma y debe ser capaz de explicar lo que pasa, con la misma solvencia, en cualquier medio. Es decir que el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo, las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado, pero se enfrenta al surgimiento de un nuevo medio con una plataforma que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar.

La doctora en sistemas informáticos Grete Pasch define periodismo digital como el uso de plataformas digitales para llevar noticias al público. La plataforma de Internet en paralelo con los dispositivos móviles se encuentran en una constante actualización que facilitan al usuario el acceso a la información desde cualquier rincón del planeta. Por su parte, el ingeniero Freddy Vega, fundador de Cristalab, una de las comunidades más populares

en América Latina sobre diseño y desarrollo web, tiene una definición más sencilla del periodismo digital, lo define como todo periodismo hecho por medios electrónicos digitales y que se trata más de una democratización de los medios y noticias hacia todas las personas que sepan usar las redes de información.

Con las diferentes perspectivas de los profesionales de la comunicación y computación se puede definir el periodismo digital como: un nuevo género periodístico que utiliza los servicios de Internet como canales de distribución de la información que convergen en un mismo medio. Las características del periodismo digital son la producción y publicación de forma inmediata de información, haciendo uso de recursos como la fotografía, el vídeo, el texto y el audio para comunicar de forma más completa en una misma plataforma.

La importancia de los periódicos, diarios digitales....Por Nemen Nader R.

Publicado el 13 de octubre de 2009

Nemen Nader, tiene un concepto muy especial sobre la Importancia de los Periódicos, Diarios Digitales, que están realizando un gran servicio entre los lectores que muchas veces no quieren ensuciarse las manos con las tintas que dejan los diarios impresos, y a la vez que usan el servicio de Internet privado en su casa o alquila en algunos de los miles de centros de Internet que existe a lo largo y a lo ancho del territorio nacional.

Es muy importante que los lectores tengan conciencia del gran servicio que prestan Los Periódicos y Diarios Digitales en nuestro país en donde ya existen alrededor de Cincuenta (50) Diarios Digitales, inclusive los periódicos diarios impresos, en todo el mundo se han dado cuenta de la importancia de este servicio que ofrecen las líneas de Internet en todos los continentes, inclusive en los países Árabes y Comunistas que se han dado cuenta que ya no pueden controlar las libertades primordiales del hombre, la mujer y los jóvenes que se mantienen comunicados en todo el mundo por este sistema tan importante que ha venido a reemplazar a las ya obsoletas agencia de noticias, que también han tenido que hacer uso de este sistema.

Felicitemos a los ingeniosos de nuestro país y en el mundo que han tenido la idea y el trabajo de crear sus propios DIARIOS DIGITALES que hoy compiten con los servicios de informaciones en todo el mundo, y la mayoría de estos Diarios Digitales ofrecen el servicio de buscadores que te ponen en contacto

(En lo que pestaña un gallo), con agencia de viajes, líneas aéreas, agencia de renta de autos y camiones, funerarias, ferretería, tiendas por departamentos y hasta han servido para que Vicente Fox proyectara su candidatura presidencial haciendo uso de estos Diarios Digitales en la República Mexicana, y llego a ser el presidente de este hermano país.

Vivan los Diarios Digitales, y los que los fundan, dirigen y también los que se anuncian en ellos, ya que esta es una forma de ofrecer soporte a los pioneros de este sistema de periodismo digital, que ha revolucionado el mundo. Si usted quiere estar informado, busque www.livio.com y encontrara la información completa Nacional e Internacional de miles de servicio que se puede llegar por medio de este buscador en donde encontrara los Diarios Digitales nacionales e internacionales para que se mantenga informado, Yo personalmente estoy muy agradecido con los Diarios Digitales, (Gracias).

En los años 60 fui el fundador de la primera revista (Guia) de Turismo, la primera revista de combate (Pa' lante) a los remantes de la dictadura de Trujillo, en 1962 la agencia de noticias Prensa Internacional Dominicana, (PID) en 1963 fui fundador director del Periódico el Universal (Que dirigía mi socio Efraín Castillo) que se imprimía en los talleres del Caribe, en 1974 la primera emisora de radio que transmitía en tres Idiomas, (Radio Turismo Internacional), Francés Ingles y Español, con la frecuencia de Radio Unión que le compre a Luís Rosario, Ahora estoy dirigiendo tres (3) Diario digitales:

Diario F-27, informativo, de opinión y de denuncia a la corrupción, la impunidad, combatiendo el crimen, el narcotráfico, la violencia a la mujer y los niños, los símbolos patrios y la soberanía nacional.

Diario ¿Que Pasa? Con informes y noticias especializado en lo que pasa en los países Árabes y el Medio Oriente.

Diario Acontecer Financiero, primer diario digital dedicado al importante mundo de las fianzas y la economía nacional e internacional.

Me siento orgulloso de haber servido a mi patria y espero servirla hasta la muerte.

Lic. Nemen Nader Rodríguez, Periodista en ejercicio desde 1960, ha sido fundador, propietario y director de varios periódicos, programas televisivos y radiales, en la República Dominicana como el extranjero, es presidente de la

Fundación Bolivariana par el Caribe y Centroamérica, Inc., la Fundación F-27, Inc., la Fundación Hospital Árabe para el Caribe y Centroamérica, Inc. y la Cámara de Comercio Dominicó Árabe, (en secuestrada por el Grupo de Julito Hazim), la Organización Iberoamericana de Descendientes Árabes, (OIDA), Graphia Publicidad & Mercadeo, S.A., la Compañía Ferry del Caribe, S.A., la compañía Industrias 2000, S.A., la Compañía Refinería del Caribe, S.A., preside varias empresas en Europa, el Medio Oriente, USA, África y Sur América.

