



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“EL PERIODISMO DIGITAL Y LA CRISIS INFORMATIVA DE LA PRENSA
ESCRITA DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación
Social

AUTORA

KELLY ANABEL ARÉVALO ACUÑA

TUTOR

Dr. WALTER VITERI Mg.

Ambato – Ecuador
2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

El Suscrito Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg. CERTIFICA:

Que la señorita Kelly Anabel Arévalo Acuña portadora de la CC. 1804939898 habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACION; sobre el Tema: **“El periodismo digital y la crisis informativa de la prensa escrita de la ciudad de Ambato”**, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 29 de Agosto de 2017



.....
Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg
Tutor de Trabajo de Titulación

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“EL PERIODISMO DIGITAL Y LA CRISIS INFORMATIVA DE LA PRENSA ESCRITA DE LA CIUDAD DE AMBATO”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 29 de Agosto de 2017



Kelly Anabel Arévalo Acuña

CC. 1804939898

AUTORA

DERECHOS DE LA AUTORA

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de ésta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 29 de Agosto de 2017



Kelly Anabel Arévalo Acuña

CC. 1804939898

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado **APRUEBAN** el Trabajo de Investigación sobre el tema **“EL PERIODISMO DIGITAL Y LA CRISIS INFORMATIVA DE LA PRENSA ESCRITA DE LA CIUDAD DE AMBATO”** presentado por la Srta. Kelly Anabel Arévalo Acuña, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato..... 2017

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

AGRADECIMIENTO

A quién me ha permitido seguir adelante y continuar en los caminos arduos de la vida, mi padre celestial, mi Dios, quién ha sido mi sustento, amor y vida, su mano la he sentido y su misericordia me ha engrandecido, TE AMO PAPÁ.

Mi querida madre, quién ha dedicado su vida y ahora esto es su mayor recompensa, agradecerle infinitamente, su amor desmedido y sacrificio entregado.

Y como no, mis queridos maestros aquellos que dejaron huella en mi vida estudiantil, aquellos que se convirtieron en amigos y consejeros, sus conocimientos fortalecieron los míos y es ahora cuando me siento bendecida de haberlos conocido.

Gracias infinitas a todos quiénes son parte del tren de mi vida.

Índice General

Portada.....	i
Certificación del tutor	ii
Autoría del trabajo.....	iii
Derechos de la autora	iv
Aprobación del tribunal del grado.....	v
Agradecimiento	vi
Índice General	vii
Índice de cuadros.....	x
Índice de gráficos	xii
Resumen ejecutivo	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación:	1
Planteamiento del Problema y su Fundamentación	1
Contextualización.....	1
Árbol de problemas	3
Análisis crítico:	4
Prognosis:	6
Formulación del problema:	6
Interrogantes o Subproblemas:.....	6
Delimitación:.....	6
Justificación.....	7
Objetivos:	8
Objetivo General:	8
Objetivos Específicos:.....	8

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos.....	9
Fundamentación Filosófica.....	18
Fundamentación Legal.....	18
Categorías Fundamentales:.....	20
Infraordinación conceptual de variables.....	21
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
ANTECEDENTES.....	23
Hipótesis.....	41
Señalamiento De Variables.....	41

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque.....	42
Investigación de campo:.....	42
Investigación documental-bibliográfica:.....	43
Nivel o Tipo de Investigación.....	43
Nivel exploratorio.....	43
Nivel Descriptivo.....	43
Asociación de Variables.....	44
Población y Muestra.....	44
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	47
Variable Independiente: Periodismo Digital.....	47
Variable Independiente: Prensa Escrita.....	48
Plan de Recolección de la Información.....	49
Plan de Procesamiento de la Información.....	50

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	51
------------------------------	----

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	69
VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	82
Hipótesis General	82
Hipótesis para Chi Cuadrado	82
Grados de libertad:	83
Cálculo de frecuencias observadas:	83

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:	86
Recomendaciones:.....	87

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS	90
ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA:	92
JUSTIFICACIÓN:	93
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	94
Objetivo General:	94
Objetivos Específicos:.....	95
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	95
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:	96
MODELOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	97
BIBLIOGRAFÍA	105

Anexos

Paper

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Crecimiento de los ciberdiarios en Ecuador	23
Cuadro N° 2: Gráfico del trinomio de la prensa escrita	36
Cuadro N° 3: Población de La Matriz de Ambato	44
Cuadro N° 4: Determinación de la muestra	45
Cuadro N° 5: Matriz de la Variables Independiente	47
Cuadro N° 6: Matriz de la Variable Dependiente	48
Cuadro N° 7: Plan de Recolección de datos	50
Cuadro N° 8: Pregunta 1	52
Cuadro N° 9: Pregunta 2	54
Cuadro N° 10: Pregunta 3	55
Cuadro N° 11: Pregunta 4	56
Cuadro N° 12: Pregunta 5	58
Cuadro N° 13: Pregunta 6	59
Cuadro N° 14: Pregunta 7	60
Cuadro N° 15: Pregunta 8	61
Cuadro N° 16: Pregunta 9	63
Cuadro N° 17: Pregunta 10	64
Cuadro N° 18: Pregunta 11	65
Cuadro N° 19: Pregunta 12	66
Cuadro N° 20: Pregunta 13	67
Cuadro N° 21: Entrevista 1	69
Cuadro N° 22: Entrevista 2	73
Cuadro N° 23: Entrevista 3	78
Cuadro N° 24: Frecuencias Observadas.....	83
Cuadro N° 25: Frecuencias esperadas.....	84
Cuadro N° 26: Cálculo del Chi Cuadrado.....	84
Cuadro N° 27: Distribución del Chi Cuadrado Tabular.....	85
Cuadro N° 28: Costo de contratación de personal por horas	91

Cuadro N° 29: Cuadro de costo y número de inscritos.....	91
Cuadro N° 30: Cuadro de ingresos y egresos del taller	92
Cuadro N° 31: Modelo Operativo-Metodología-Plan de Acción	100
Cuadro N° 32: Administración	101
Cuadro N° 33: Plan de Capacitaciones	102
Cuadro N° 34: Distribución de horarios de módulos	103
Cuadro N° 35: Distribución de docentes para cada módulo	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Árbol de problemas.....	3
Gráfico N° 2: Subordinación conceptual de variables	20
Gráfico N° 3: Variable independiente:.....	21
Gráfico N° 4: Variable Dependiente:.....	22
Gráfico N° 5: Modelo Margarita en producción de contenidos.....	29
Gráfico N° 6: Evolución de difusión de periódicos	38
Gráfico N° 7: Evolución del número de lectores	40
Gráfico N° 8: Pregunta 1.....	53
Gráfico N° 9: Pregunta 2.....	54
Gráfico N° 10: Pregunta 3.....	55
Gráfico N° 11: Pregunta 4.....	57
Gráfico N° 12: Pregunta 5.....	58
Gráfico N° 13: Pregunta 6.....	60
Gráfico N° 14: Pregunta 7.....	61
Gráfico N° 15: Pregunta 8.....	62
Gráfico N° 16: Pregunta 9.....	63
Gráfico N° 17: Pregunta 10.....	64
Gráfico N° 18: Pregunta 11.....	65
Gráfico N° 19: Pregunta 12.....	67
Gráfico N° 20: Pregunta 13.....	68
Gráfico N° 21: Segundo Nivel de pirámide invertida horizontal.....	97
Gráfico N° 22: Tercer Nivel de pirámide invertida horizontal	98

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se centra en la determinación de crisis informativa en la prensa escrita de la ciudad de Ambato, tras la llegada del periodismo digital, herramientas, recursos y audiencias prosumer; suponen una nueva era para el periodismo convencional, es fundamental pensar en una renovación de la prensa escrita, tanto en producción de contenidos como en modelos de negocios. La interactividad, hipertextualidad y multimedialidad son cualidades digitales, que permiten el contacto ciudadano y renuevan la manera de contar y difundir historias y dejan en desventaja la producción de contenidos del periodismo convencional; modelos de comunicación direccionales que permiten la interacción directa con el lector, suponen el gran paso de: Periodista, Medios de Comunicación y Catedráticos. No es proporcional hablar de una sociedad dinámica y cambiante, pero ver un periodismo estático y ortodoxo; la prensa escrita deberá idear estrategias de comunicación asertivas y factibles, para no padecer ante los consumidores necesitados de ideas frescas e investigación precisa. Aprender y reaprender son el accionar básico de los periodistas, pero ¿Cuánto ha evolucionado el periodismo en los últimos años? ¿Qué tan preparado están los periodistas para afrontar el ciberperiodismo? son preguntas que permiten el desarrollo de una investigación, basada en la renovación y reconstrucción de la prensa escrita, direccionado a la fusión de estrategias y herramientas digitales.

Palabras claves: Ciberperiodismo, prensa escrita, audiencia prosumer, producción de contenidos, modelo margarita, credibilidad, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad.

ABSTRACT

The research focuses on the informative crisis determination into Ambato city written press, after the arrival of digital journalism, tools, resources and prosumer audiences, involve a new era for conventional journalism, it is fundamental to think about a written press renewal, such as in content production and business models. Interactivity, hypertextuality and multimedia are digital qualities that allow citizen contact and renew the way of telling and disseminating stories, leaving the conventional journalism contents production ; directional communication models which allow the reader direct interaction, this suppose being the great step of: Journalists, Mass Media and Cathedratics. It is not proportional to speak of a dynamic and changing society, watching a static and orthodox journalism; the written press must think out assertive and achievable communication strategies, to avoid suffer before the fresh ideas necessary consumers and accurate research. Learn and relearn the basic journalists apply, by the other hand, how much has evolved the journalism in the last years? How well instructed are journalists to deal with cyber-journalism? Journalism who seeks the development of an investigation, based on the renovation and reconstruction of the written press, guided at the fusion of strategies and digital tools.

Keywords: Cyber-journalism, written press, prosumer audience, content production, daisy model, credibility, hypertextuality, multimediality, interactivity.

INTRODUCCIÓN

La investigación sobre “El periodismo digital y la crisis informativa de la prensa escrita de la ciudad de Ambato”, pretende determinar si en realidad el periodismo convencional traspone una era de desesperación informativa ante la globalización digital del ciber mundo, suponiendo que esta era atrae nuevas necesidades, audiencias, recursos, herramientas, en la forma de producir y difundir contenidos y en el modelo de negocios, causantes de la baja de lectores de prensa escrita en la ciudad de Ambato y aún más triste a nivel hiperglobal.

Cada capítulo permite la exposición de resultados reales, obtenidos en base a una ardua investigación afirmativa y personalizada de los principales autores de las variables presentadas: *periodistas, audiencias, medios de comunicación*, sin embargo en el desarrollo se descubrió un nuevo protagonista principal *la academia*.

La investigación se ha desglosado en seis capítulos independientes, que detallan el manejo de las variables, fuentes, recursos y por supuesto la propuesta alternativa de solución que ponga fin al problema, que no afecta solo a los periodistas sino a la sociedad dinámica:

Capítulo I, permite la determinación del problema central, en base a un análisis situacional micro, meso y macro de las afectaciones y resultantes, interrogantes, delimitaciones y objetivos, suponen la base del inicio de esta exploración.

Capítulo II, este acápite es el sustento teórico, documentos que contienen datos relacionados con el tema central, enriquecen la investigación y fortalecen las aparentes causas de esta crisis informativa, mediante la citación de autores y antecedentes de investigación relacionan la información dada.

Capítulos III y IV, son la metodología aplicada en el desarrollo del proyecto, metodología cualitativa con la técnica de entrevistas, permite determinar el sentir y pensar de los actores principales y mediante la metodología cuantitativa con la técnica encuesta, se logra obtener resultados probabilísticos para el análisis e interpretación de resultados.

Capítulo V, concluir es el paso al resultado del proyecto, gracias a una exhaustiva investigación se puede definir claramente los resultados, causas y consecuencias del problema situacional que atraviesa la crisis informativa.

Finalmente, se propone una solución factible y viable presta a emplearse en base a los causales de esta problemática, pues supone el desarrollo de una fusión de la prensa, gracias a las herramientas y recursos del periodismo digital, permiten el desarrollo del periodismo convencional y evitan el inminente retroceso, tomando en cuenta que las necesidades de los lectores se han transformado, las formas de producir y difundir contenidos se han complementado de manera multimedial, pero el problema central no solo es la prensa escrita y periodismo digital ha saltado un nuevo participantes y es la academia, ¿De qué sirve tener herramientas y recursos de producción sino existen periodistas creativos, capacitados y preparados?

Continuemos con la lectura del proyecto grandes sorpresas nos esperan.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación:

“El periodismo digital y la crisis informativa de la prensa escrita de la ciudad de Ambato“

Planteamiento del Problema y su Fundamentación

Sí empezamos desde la génesis, tras el inicio y desarrollo del Internet en el siglo XX en la década de los 60', pocos años después, los servicios del internet se habrían esparcido por todo el mundo, permitiendo una moderna red de comunicaciones, lo cual, supuso también el renacimiento de una nueva forma de hacer comunicación.

Con la aparición de los diarios o periódicos on-line, se empezó a utilizar frecuentemente el concepto de periodismo digital, como un manera de hacer periodismo, lo cierto es, que solo se trata del regreso del periodismo en sí, pues su fundamentalidad aún se basa en: investigación, redacción clara, precisa e informativa, sin embargo este modelo agrega ciertas cualidades que el periodismo convencional no puede, HIPERTEXTUALIDAD¹, INTERACTIVIDAD² e MULTIMEDIALIDAD³ (Urdaneta, 2007, pág. 2).

“Precisamente los rasgos que mejor caracterizan al periodismo de las tecnologías digitales. Gracias a la tecnología digital y a las redes telemáticas, con Internet como principal exponente, este tipo de periodismo ha incorporado a sus procesos y productos posibilidades descuidadas o, a menudo, inalcanzables en el periodismo impreso, radiofónico y televisivo.”
(Urdaneta, 2007, pág. 2)

Hipertextualidad¹ : Redacción de contenidos con hipervínculos para de relacionar contenidos externos.
Interactividad² : Permitir la participación del lector en la creación de contenidos y elección de lecturas
Multimedialidad³ : Presentar contenidos no solo en texto, sino en video, audios, fotografías, múltiples plataformas.

Es así como, los nuevos formatos narrativos, descriptivos y ahora interactivos que el periodismo digital ofrece, crean un antes y un después en el periodismo convencional.

Contextualización

Los medios de comunicación digitales, han invadido con una fuerza transformadora a esta sociedad del conocimiento, creando pautas en el periodismo convencional; los periodistas de América Latina, han encontrado una zona de recreo para hacer periodismo independiente (Mioli, 2016), gracias a las facilidades de la tecnología, se puede hacer periodismo sin necesidad estar en un medio de comunicación, pero a la vez supone un desarrollo para los medios convencionales⁴, pueden utilizar las herramientas tecnológicas para mejorar la accesibilidad, rapidez, a la vez mostrar una manera nueva de contar las historias.

“La idea de que estamos entrando en un ecosistema de mucha diversidad, cuya expresión concentrada son, en la actualidad, sitios que conectan a las personas y les dan sentido de comunidad: ‘Facebook’, ‘Twitter’, ‘YouTube’, ‘LinkedIn’, ‘Flickr’, ‘Huffingtonpost’, entre otros, de los cuales, los periodistas y los medios tienen mucho que aprender”. (Franco G., 2009, pág. 9)

Países de América del Norte como: Estados Unidos ya sienten el declive de prensa desde hace varios años, *“La circulación de periódicos en Estados Unidos ha caído un 10% en el periodo de abril a septiembre de este año, según el informe del Audit Bureau of Circulations”* (Madrid, 2009, pág. 4)

Ya se presienten los nuevos retos que un futuro no muy lejano la prensa escrita deberá afrontar, pues se registra una importante caída en el número de lectores, en ventas y en publicidad, debido a la desviación de consumidores de la prensa de papel a medios digitales.

Medios convencionales⁴: Medios de comunicación tradicionales como: prensa escrita, radio y televisión.

Se ha dicho, que el medio impreso desaparecería hace algún tiempo, tras la llegada de la radio y luego con el rol que la televisión propuso en el medio informativo; sin embargo estos medios solo lograron complementar la labor del periodismo y ayudar en la distribución y segmentación de la información; pero las herramientas y soportes multimedia que el internet ofrece, invalidarían al periodismo convencional.

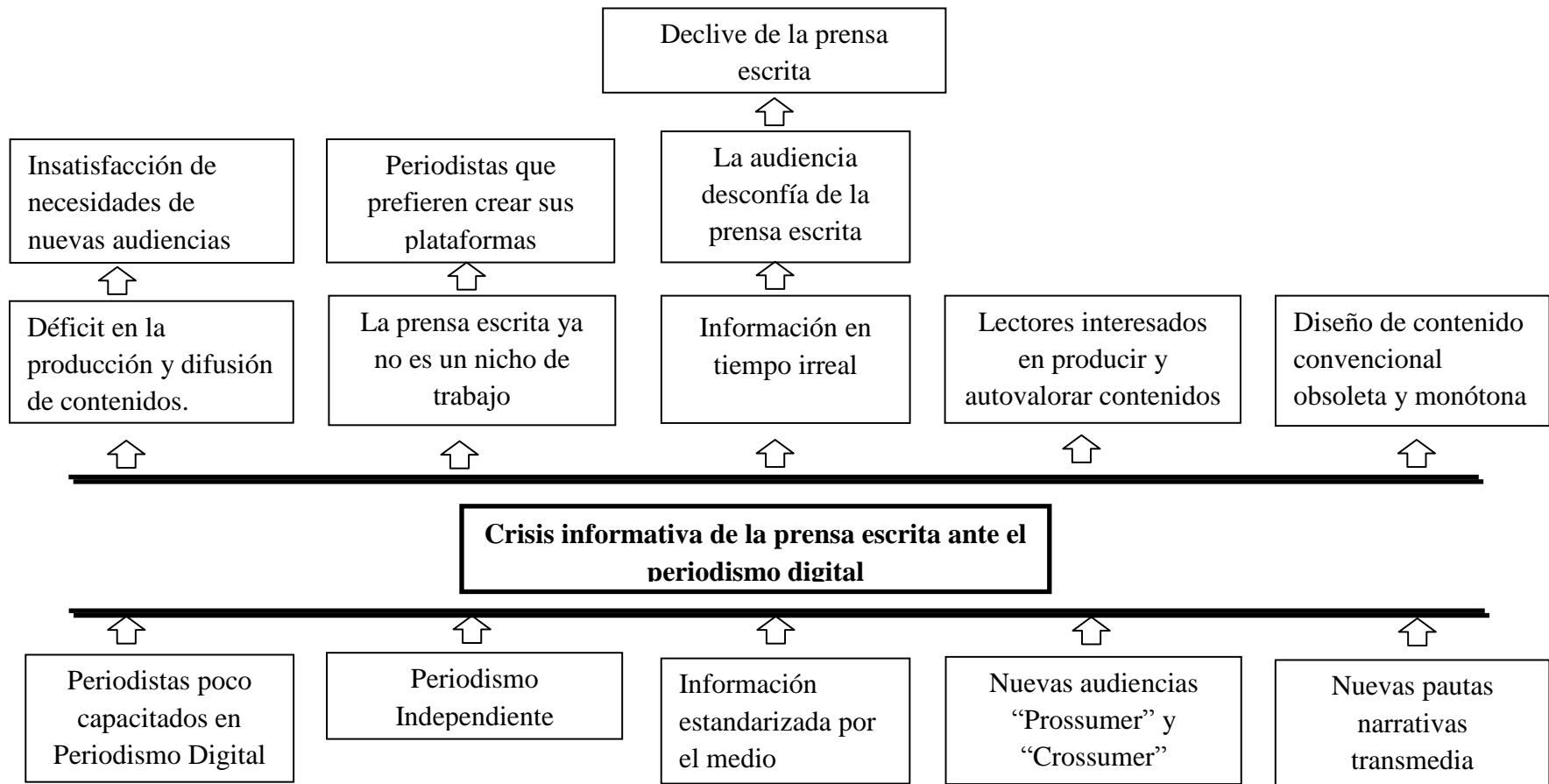
Pese a este desfase, en Ecuador los periódicos luchan por integrarse a la nueva plataforma digital, pues han comprendido que el internet logra mantener e incluso aumentar el número de lectores gracias a su inmediatez, hipertextualidad y multimedialidad. GRUPO EL COMERCIO S.A., es un diario que pretende incursionar a pocos pasos, pues actualmente atraviesan el cambio sustancial del papel a un diario neto digital.

No obstante, este fenómeno socio-cultural (prensa escrita) ha retenido gran capacidad de consumo de la población lectora, en especial entre las clases sociales medias, principal nicho de lectores de la prensa popular, pero a pesar de esta frágil y momentánea seguridad del medio impreso en general, poco a poco los cambios se empiezan a sentir a tal manera de disminuir su población lectora en un gran porcentaje.

La prensa escrita en la ciudad de Ambato, no presenta cambios estructurales en su información, el interés en potenciar las nuevas tecnologías que logren la interactividad es mínimo, a pesar que el progreso digital avanza a pasos agigantados, los soportes tecnológicos como computadoras, teléfonos inteligentes, tablets facilitan el acceso inmediato de noticias; las nuevas audiencias acuden con más facilidad al internet que a un medio impreso.

Árbol de problemas

Gráfico No.- 1 Árbol de problemas



Fuente: Investigadora

Análisis crítico:

La era digital supone una transformación para todos los actores del periodismo, tanto medios como audiencias; con la aparición de las redes sociales (Facebook, Twitter), el teléfono celular y YouTube, reconfiguran⁵ un nuevo comportamiento de la audiencia, si bien es cierto los receptores no dejarán de leer ya que es parte de la conducta social, pero sí cambiarán las plataformas, fuentes e ingreso de información y con esto se crean más necesidades.

Sin embargo la salvación del medio impreso puede estar en un diario digital *“se busca en Internet una salida a los problemas originados por las caídas en circulación y los menores ingresos publicitarios de la prensa”* (Lorrente y Cuenca, 2013, pág. 11) grandes son las oportunidades que el internet brinda al periodismo, la diversidad periodística de contenido y recursos la hacen un área más completa, dispuesta a satisfacer actuales audiencias.

Un diario digital es capaz de relevar el papel, gracias a sus tres funcionalidades indiscutibles: Hipertextualidad (“ya no lees navegas”, te permite enlazarte con contenido relacionado aumentando la información, el usuario decide qué y cómo quiere informarse), Multimedialidad (múltiples plataformas innovadoras que combinar el texto, audio y videos en diferentes formatos para una mejor conectividad con la audiencia) e Interactividad (el periodista ahora trabaja con la audiencia, ellos deciden que quieren saber, comparten con más usuarios hasta convertirse en una red informativa que llega a más personas en segundos) con esto crece el desafío de crear nuevos procesos de contenidos, enlazando el género periodístico con el interpretativo.

Reconfiguran⁵: Rediseñar, cambiar el método y forma de hacer las cosas, ya sea para bien o mal

La prensa debe enfrentarse con la realidad de no tener las primicias informativas, los usuarios ya no esperan para informarse por un diario impreso, tienen la accesibilidad del internet para comunicarse en segundos; además los mismos usuarios se convierten en gestores de la información, gran cantidad de personas postean noticias de su localidad desarrollándose “los prosumer⁶” (consumidores y productores de su información) es por esto, que los lectores cada vez más utilizan la web que el papel, la prensa escrita deberá revolucionar procesos y crear cambios que configuren la realidad actual del periodismo para evitar la crisis informativa de la revolución tecnológica.

Esta nueva era ciberperiodística, también crea una nueva actitud profesional, tras ella, está la aparición de más periodistas independientes que crean su propio medio para informar, no ven la necesidad de involucrarse en un medio de comunicación para hacer periodismo; una cámara, conocimiento en periodismo digital y la vocación de servir a la sociedad es más que suficiente para convertirse en gestores de la comunicación, pero ¿Qué tan preparados se encuentran los futuros periodistas digitales? Es una de las preguntas más complicadas que se desarrollan a lo largo de la investigación.

Los comunicadores se ven en la obligación de abandonar las grandes empresas de producción para apostar por un nicho de mercado, en una plataforma que ofrece más herramientas de comunicación y el poder interactuar con más personas, estas son buenas noticias para los comunicadores, pues el periodismo ya no es una profesión en la que te debías a las ideologías esclavizadoras del medio impreso, los periodistas vuelven a retomar la verdadera labor del periodismo “servir a la sociedad”.

Prosumer⁶: Personas capacitadas en producir en base a su calidad y método, no solo consumen también producen.

Prognosis:

“La sentencia del analista de periódicos Mike Simonton es contundente: todos los mercados con dos periódicos se convertirán en mercados de uno solo, y empezaremos a ver que los mercados de un solo periódico se quedarán sin ninguno” (Gutierrez & Gutierre, 2009, pág. 2) Las estadísticas muestran que en los últimos 20 años la circulación diaria de los periódicos está decreciendo.

La prensa escrita, tarde o temprano debe enfrentarse a una crisis informativa ante la gran demanda y aceptación de sus lectores por el medio digital, los medios impresos podrían terminar obsoletos y sin opción de regreso, es importante pensar en una renovación de sus procesos de información y modelo de negocios; el tan tradicional medio impreso no puede luchar ante las facultades que el medio digital ofrece a la audiencia y a las nuevas necesidades de rapidez, interactividad e hipertextualidad, se crea un proceso que netamente social está dirigido a solventar facultades informativas que los periodistas deben ofrecer, pero que en la actualidad se encuentra en tela de duda.

Formulación del problema:

¿La prensa escrita de la ciudad de Ambato, atraviesa una crisis informativa ante el periodismo digital?

Interrogantes o Subproblemas:

¿Cómo se encuentra la producción informativa prensa escrita?

¿Cómo es la producción de contenidos en el periodismo digital?

¿Qué alternativa existe de solución al problema?

Delimitación:**Delimitación de contenidos:**

Campo: Ciencias Sociales.

Área: Comunicación Social.

Aspecto: Contenidos para medios Digitales e Impresos.

Delimitación espacial: las muestras se las realizan en la prensa de la ciudad de Ambato.

Delimitación temporal: La crisis informativa como efecto de la aparición del periodismo digital desde el año 2015.

Justificación

La llegada del Internet ha marcado un antes y un después en el mundo de la comunicación, algunos medios evolucionaron y con ellos los soportes⁷ en los que se transmite la información; es un tema **novedoso** que muchos medios han optado por nuevas plataformas multimedia, en su desesperación de adaptarse al cambio, la creación de medios on-line reinventó la manera de hacer periodismo y las nuevas formas de hacer noticias se siguen sumando a este nuevo cambio y este es el desafío para sobrevivir a esta era, es tan importante y necesario esclarecer que los medios impresos actualmente están retados por lo digital.

Es de gran **importancia** esta investigación pues actualmente no se ha prestado la suficiente atención a esta problema que atraviesan los medios de comunicación, establecer estrategias de cómo lograr sobrellevar este gran cambio se convierte en el primer objetivo del periodismo, reinventar la vieja escuela y empezar a mirar hacia un periodismo diferente, hace que esta investigación tenga **originalidad**, esencia y labor periodística; luchando para no dejar morir a la prensa escrita, deberán abrir los ojos los medios de comunicación para darse cuenta que existen nuevas plataformas de comunicación con pautas diferentes de narrativas, audiencias prosumer y crossuser dispuestas a generar y consumir su propia información y un periodismo digital que abarata, acerca, conecta e interactúa información-audiencia.

Soportes⁷: Herramientas en las que se presentan los contenidos noticiosos.

Al entender esta problemática estructural, el medio impreso verá el **interés** de obtener la ayuda necesaria para salvar su medio y no solo los gerentes y grandes empresarios monopolizadores de la prensa, sino los propios comunicadores que ejercen la profesión y los que están en el camino, sentirán que el futuro de la comunicación está en lograr vincular lo digital con el periodismo convencional, este mecanismo definitivamente revoluciona el pensamiento atávico de la prensa escrita en pensar que nunca dejará de existir, pues se ajustan a la dicha de vivir en una sociedad que gusta de la lectura, pero ¿Qué sucedería si sus lectores eligen la plataforma digital?.

“La llegada de Internet, como señala el presidente de El País, Juan Luis Cebrián, no es un mero cambio de actitudes sociales. Es una revolución social y de civilización comparable, en la historia de la humanidad, al invento del alfabeto o de la imprenta. Y en ese ojo del huracán está inmerso el propio periodismo” (Lorrente y Cuenca, 2013, pág. 12).

La investigación pone un antes y un después en el periodismo, en **beneficio** de los medios convencionales pues les dará la oportunidad de reivindicarse y no dormirse en esta sociedad tan cambiante que evoluciona día a día.

Objetivos:

Objetivo General:

Determinar si la prensa escrita de la Ciudad de Ambato, atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo Digital.

Objetivos Específicos:

- Analizar la producción de información de la prensa escrita y su recepción en los lectores.
- Describir la producción informativa en los formatos del periodismo digital y su recepción en los usuarios.
- Proponer una alternativa de solución para el problema.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

"Si pretendemos lograr resultados nunca antes alcanzados, debemos esperar usar métodos nunca antes intentados" Sir Francis Bacon (1561-1626) (Cruacianelli, 2013)

Este capítulo, realiza una revisión documental y teórica, que nos permita comprender la nueva revolución del periodismo y los grandes cambios que se avecinan para el periodismo convencional, en base a una selección de información e investigación sobre el periodismo digital y su incidencia en la crisis informativa de la prensa escrita.

Para lo cual, es importante resaltar que en los antecedentes se valoriza, integra y comprara los efectos y causas del problema central, para una mejor participación y ampliación de ideas, las mismas que serán reforzadas a base de investigaciones nacionales e internacionales ejecutadas por aficionados al mundo periodístico.

Este acápite teórico resalta el panorama global de la expansión del periodismo digital, como primer culpable del declive de la prensa escrita, la audiencia prosumer y las nuevas pautas de narrativas transmedia⁸, son el camino que superpone el mundo digital sobre el periodismo convencional.

Antecedentes Investigativos

En los antecedentes investigativos se ha logrado recabar información importante, la cual direcciona a la investigación de los objetivos conceptuales planteados y sobre todo la demostración de la variable dependiente (crisis informativa de la prensa escrita) cabe recalcar que la información objetiva, tiene que ver con los medios impresos de la ciudad de Ambato, pero también con problemas que se vienen sobrellevando en medios escritos de otros países.

Narrativas transmedia⁸: Desarrollo de contenidos en diferentes plataformas: video, texto, audio, fotografías.

Hay que tomar en cuenta que la crisis informativa no es un problema netamente local, si no es una crisis global que afecta a todos los lectores y consumidores informativos del mundo entero, pues la era digital llegó a expandirse y reproducirse de manera paulatina; sin embargo se puede señalar el grado de afectación que algunos resultan menores que otros, sin cambiar las directrices de las causas del problema.

Es un esbozo general del papel que la prensa escrita ha desarrollado a lo largo de su creación, pero lo más importante en la actualidad, la cual está vinculada con el periodismo digital. Los temas se van desarrollando de manera exhaustiva, para evitar baches de información que no enriquecen a la investigación presentada; es fundamental señalar que no se trata de evaluar el accionar de los medios de comunicación, sino más bien el análisis es dirigido completamente al medio impreso y al medio digital, para lograr un balance, en cuanto a la relación de los medios ante una realidad social, tomando en cuenta su evolución, desarrollo y futuro, que están fijamente vinculadas con las garantías ciudadanas que el periodismo ofrece a su audiencia.

A continuación, detallamos la investigación encontrada, no diacrónicamente sino por sus alcances, contenidos y referencias que permitan engrandecer esta investigación.

Al respecto, **Joseph Carles Rius**, Master de la Universidad en Investigación, en Comunicación y Periodismo de Bellaterra (España), en el año 2013 publicó, un proyecto de investigación titulado “Periodismo en reconstrucción, la otra cara de la crisis de la prensa”, en el cual señala palabras claves como: crisis informativa- dilema entre papel y red- crisis de la credibilidad-crisis del periodismo-en busca de un futuro, estas determinaron la dirección investigativa que este proyecto va a tener.

El autor menciona que la prensa escrita y su crisis informativa, se ven irrumpidas por la creación de un nuevo y novedoso formato digital ¡lo que tanto se ha hablado ya! (las nuevas audiencias prosumer, pautas narrativas y la revolución total del periodismo), esto representa un cambio colosal para las imprentas periodísticas en los diferentes

ámbitos y procesos comunicativos que se requieren para crear la información lista a ser consumida.

Resalta que su experiencia como periodista, aporta una visión conceptual y empática a la investigación, pues reconoce la crisis venidera de los medios convencionales, esta indagación está direccionada a descubrir las claves para la transición oportuna del papel a lo digital, mediante fórmulas que facilitan el proceso. Señala que los medios no solo atraviesan una crisis sino una doble crisis, de producción y modelo de negocios, han perdido el juego en el mundo periodístico por falta de herramientas como la inmediatez, interactividad, accesibilidad y riqueza de los formatos, herramientas que los medios digitales tienen como patrimonio. Esto ya da paso a pensar en un declive brutal para la prensa escrita.

Para hablar de algo, es importante conocer su trayectoria, el estado histórico-conceptual que ha tenido, en esta caso el desarrollo de la prensa escrita de nuestro país, para así crear un análisis profundo de su situación actual, por tanto se ha recogido la información del Rector de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Quito-Ecuador y Docente del Área de Historia **Enrique Ayala Mora**, pues en julio de 2012, publicó su Paper Universitario titulado “La Prensa en la Historia del Ecuador: Una Breve Visión General” a través del Boletín Informativo Spondylus, el autor destaca la participación social de la prensa escrita a lo largo de la historia desde su creación, pues su labor se ha encaminado en la ilustración de los pueblos y nacionalidades ancestrales, pero que en la actualidad se la vea desnivelada y claramente explica las razones.

Ayala Enrique, realiza un análisis crítico histórico centrado específicamente en la función del papel periódico, basándose en la publicación de los primeros medios de comunicación escritos. El autor propone un estudio de los objetivos logrados, con los recursos, materiales, herramientas y lo más importante, cómo ha sido su relación con la sociedad tomando en cuenta el EMIREC⁹.

El desarrollo tecnológico de la prensa escrita, es la pieza clave para entender su accionar social, con la llegada del telégrafo supuso innovaciones al diarismo y en la década de los años 20 del siglo XX empieza la creación de varios medios impresos importantes para el Ecuador: El Universo y El Telégrafo fueron los ejes de información, posteriormente surgió El Comercio (1913), El Sol (1951), Diario del Ecuador (1955) entre los más destacados y monopolizados.

El autor lo llama “Lo viejo y lo bueno” a la adaptación que la prensa escrita se ha sujetado, en cuanto a producción y modelo de negocios, Enrique Ayala señala:

“La prensa ha tenido que adaptarse a estas nuevas realidades en medio de las subidas de costos de producción y rebaja de los tirajes. Se han establecido ediciones digitales en los periódicos y se ha usado Internet para promoción y marketing, Se han desarrollado nuevas formas de complementariedad con otros medios de comunicación como la radio y la televisión, inclusive con la participación en redes sociales, facebook y twitter, que de alguna manera son medios alternativos con creciente impacto”

Con la innovación se crean nuevas necesidades en las audiencias, pero con el transcurrir del tiempo las innovaciones se van dinamizando y desarrollando en más necesidades y es aquí en donde empieza la conjetura. La audiencia tiene derecho a una comunicación libre, sin censura y divulgación, pero sobre todo a elegir la plataforma en la cual informarse de acuerdo a su conveniencia o necesidad, sin desmerecer el alcance que la prensa ha creado en la sociedad, pero no es posible la tranquilidad cuando se mira en frente el gran abismo.

En el siguiente artículo por analizar, es una fusión de autores catedráticos, quiénes se unen para hablar sobre el “El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia” un artículo bastante realista y preponderante, que creará la brecha entre las variables a investigar, publicado en la revista mexicana Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores ISSN: 2007-7890 en el mes de septiembre de 2014, los autores son: **María Isabel Punín Larrea**, Doctora en Comunicación y Periodismo por

EMIREC⁹: Relación directa entre el emisor (periodistas) y receptor (audiencias)

la Universidad de Santiago de Compostela (España) y Profesora Titular de Géneros Periodísticos en la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), **Diana Rivera Rogel**, Doctora en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela (España) y **Isidro Marín Gutiérrez**, Doctor en Antropología Social por la Universidad de Granada (España) y Docente investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador).

Las palabras claves utilizadas por los autores en esta investigación se centraron en: ciberperiodismo¹⁰, ciber mundo, academia, universidad, instantaneista, aprendizaje, pues su objetivo es analizar congruentemente la formación y especialización de los periodistas digitales en el país (Ecuador) basándose en dos factores fundamentales para esta relación: educación universitaria y el medio periodístico ecuatoriano, siendo así las causas directas de un resultado triste para el periodista.

Este artículo enriquece la investigación a tal manera, que podemos encontrar un desglose analítico de mallas curriculares y ofertas académicas, que permiten entender el declive de la prensa escrita, pues es importante recordar que el factor determinante también es la escasa demanda de periodistas especializados en periodismo digital; encontramos también conclusiones y recomendaciones para mejorar la formación periodística de los próximos egresados en periodismo digital, tomando en cuenta una vinculación más acertada entre la educación académica y los medios de comunicación como empresa informática.

Los catedráticos manifiestan en la actualidad existen dos tipos de periodistas para la audiencia, los tradicionalistas o convencionales, quienes se encargan de redactar noticias para medios convencionales y los periodistas digitales concebidos en internet con pasión por redactar *ciberperiodísticamente* por lo que ambos estilos han sugerido un cambio significativo en el proceso de comunicación.

Ciberperiodismo¹⁰: Periodismo envuelto en el mundo digital.

“En la actualidad se distinguen dos bloques de periodistas online, aquellos que vienen de los medios tradicionales, radio, televisión y prensa escrita [...] y otros periodistas que han triunfado directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión como es el caso de MattDrudge”

El mundo del *ciberperiodismo* como los autores lo llaman, permite una reivindicación de la manera de hacer periodismo y los periodistas no se deben resistir. Pues el internet con sus plataformas digitales, se ha convertido en una herramienta indispensable para la creación de información periodística, que a su vez se convierte en cotidiano para un periodista innato.

Los catedráticos ratifican, las aptitudes y habilidades que un periodista debe tener en esta era, capacidades y conocimiento amplio, pues deben enfrentarse a una audiencia globalizadas que no solo espera recibir información y consumir, sino que necesita comentar, interactuar sobre las noticias que está recibiendo, además actualmente ya no se le deben llamar periodísticas sino *instantaneísta*, pues los lectores quieren información a la orden del día, porque si los medios tradicionales no lo logran, un *ciberperiodista* lo hará por ellos.

Adicionalmente, **Ma. del Carmen Fernández** doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, en marzo de 2010, publicó un artículo científico en la Revista de comunicaciones “VIRTUalis” denominado “La prensa de papel frente a los nuevos medios: revisión crítica del futuro periodístico”, en la cual sostiene, una revisión crítico-constructiva a la crisis del periodismo impreso, tras el auge del Internet y la aparición de medios digitales desde una visión humanista del periodismo como un servicio social.

Hace una referencia a los periodistas, en crear nuevas facultades que revolucionen la tecnológica periodística y renueven su creatividad, pues la crisis informática del medio impreso no solo está en manos del medio, sino de la capacidad que el periodista tenga en cambiar esta realidad. Sostiene que el internet ha venido a salvar al periodismo, pues

este ejerce una total libertad de expresión para la sociedad, ya no solo consumen la información y se la creen, sino que gracias al internet pueden autocriticar y hasta ser partícipes de la producción periodística.

Ma. del Carmen, tiene una singular manera de llamar a los periodistas profesionales de la actualidad “Especies en extinción” y hace una afirmación casi apocalíptica para la situación del periodismo convencional ante una eminente influencia de la tecnología, evolución e internet; sin embargo no descarta un error futuro y esto le hace interesante a esta investigación, el asumir que si bien es cierto se proclama un declive para la prensa, pero que también esta consiente en que la hipótesis puede revertirse.

En la investigación realizada por la autora española, cita a un reconocido periodista Luís Bassets (Barcelona-España), director del diario El País (edición Cataluña) sobre: rendimiento, credibilidad y contenidos periodísticos:

“Estamos haciendo periódicos clónicos, todos damos las mismas noticias que, además, los medios audiovisuales e internet dieron ya 24 horas antes”, se lamentaba Lluís Bassets, director adjunto de El País (2002:31).

En la actualidad lo que predomina no es el medio de comunicación, es la veracidad, calidad y presentación de contenidos, con una indagación de temas profundos, pero sobre todo que sean “propios” Ma. del Carmen sugiere que los contenidos con historias de interés humano (propios) son aquellos que perduran en el tiempo.

La característica de los mensajes del periodismo convencional, se ven redirigidos en textos anodinos y habla ya de una comunicación mercantilista, que beneficia al narcisismo social y a la carente creatividad, profesionalismo y pasión de los periodistas en peligro de extinción.

Además la autora española señala las razones por el supuesto declive de la prensa, Credibilidad, los medios impresos se ven envueltos en escándalos que atacan a los derechos de la audiencia de ser información, dejándose llevar por la censura previa y la

razón más interesante por la cual el lector desconfía de la prensa escrita es el internet, con la variedad de información, contenidos y fuentes de ingreso noticiosas, tienen la potestad de contrastar, confirmar y reafirmar la información emitida por un medio impreso, que muchas de las veces no es tan real.

Finalmente, se consideró la investigación realizada por la Periodista Argentina **Sandra Crucianelli**, es experta en Searching Web, Periodismo de Investigación y Periodismo de Precisión, con énfasis en fuentes digitales y Data Journalism. Autora de la primera y segunda versión del libro "Herramientas Digitales para Periodistas", publicado en 2013 por el Knight Center de la Universidad de Texas, USA.

En la segunda versión de su libro "Herramientas digitales para Periodistas" hace una interesante versión misteriosa y concreta sobre la Web 3.0 con un acercamiento directo al periodismo, pero no solo direccionado a los periodistas sino a las audiencias como actores protagónicos del periodismo informativo, considera que la web es la llave que descubre todos los secretos recónditos del periodismo y al abrir este ciber mundo nos encontramos con competitividad y entrenamiento para vencer la desinformación.

Es interesante su análisis diacrónico de la web en relación con el periodismo, desde sus inicios con la web 1.0, suponía una relación basta entre periodistas y medios de comunicación para la publicación de contenidos finales, sin interactividad, hipertextualidad y multimedialidad, existía una disfuncionalidad sin preocuparse de la calidad de información presentada, lo importante era mercantilizar¹¹; en la web 2.0, ya no solo se trata de una competencia por saber quién vende más, ya sugiere una interacción más directa de los usuarios con la información, con la diferencia de que es permitido ser pseudo-periodista o periodista, lo importante es el contenido generado.

Mercantilizar¹¹: Convertir ciertas cosas en procesos de mercadeo, venta y producción

Sin embargo por más interesante y valioso que este contenido sea, debe ser generado por un profesional, alguien preparado para la función que va a desempeñar para no salirnos de los márgenes permitidos de la información y es aquí en donde la web 3.0 marca la diferencia, con el uso profesional de las herramientas digitales es posible presentar un mejor contenido investigativo y revolucionar el ciberperiodismo.

Pues la web 3.0, es capaz de interpretar las necesidades que la actual audiencia presenta, la interrelación con los productos informativos, la actualización permanente y un espíritu de disciplina del periodista es fundamental para el proceso de información; herramientas como: Google, Flickr, YouTube, Twitter, Facebook, periódicos y revistas on line, se han globalizado de tal manera que está al alcance de cualquier usuario en cuanto a: distancia, idioma, contenido, plataformas e investigación

Sin embargo, estas plataformas no son tan digeribles para los periodistas en relación a las audiencias, pues sus aplicaciones, herramientas y sobre todo la redacción es más sofisticada, por lo que es imprescindible profesionalizarse en aprehender a redactar con un lenguaje ciberperiodístico y manejo correcto de datos, que logren informar, enseñar y culturizar a todo tipo de audiencia.

Se puede considerar que existe una gran variedad de investigaciones sugerentes al proceso evolutivo del periodismo convencional y el ciberperiodismo, los mismos que demuestran el desapego del lector al papel, prefieren una información multimedia, rápida e interactiva. Aquí es en donde empieza una lucha de supervivencia, una verdadera crisis de identidad informativa; entre el medio digital y el medio impreso y solo ganará aquel que tenga las mejores estrategias de juego.

En un ciber mundo donde las audiencias necesitan rapidez, si el medio impreso no lo brinda algún ciberperiodista lo hará, pero ¿Qué pasa si el ciberperiodista no está capacitado?, esto sugiere ingresar a un mundo de dubitativas y preguntas corregibles, para solucionar el problema entre el periodismo digital y periodismo convencional.

Fundamentación Filosófica

El presente proyecto de investigación, busca fundamentar un análisis crítico-propositivo, en base a una identificación de factores, para resaltar los problemas que la prensa escrita enfrenta en esta crisis informativa, resaltando las bases de investigación de las variables, las mismas que expresan las causas del problema.

Una metodología sistemática que enmarque criterios dirigidos a la mejora del periodismo, y sobretodo técnicas que coadyuven la revolución del medio impreso, las mismas propuestas que se encaminen en beneficio y solución del problema.

Fundamentación Legal

Este trabajo de investigación se basa y sustenta legal y jurídicamente, en los artículos que señala la posibilidad de la sociedad en ser generadoras de contenidos, con la libertad de utilizar cualquier medio de difusión y no solo medios convencionales, La Ley Orgánica de Comunicación, Registro Oficial suplemento No.22 (2013) y en la Constitución de la República del Ecuador (2008), claramente señala la posición de los medios de comunicación ante la sociedad y la función que ellos tienen en la producción de mensajes informativos; con el afán de refrescar la memoria de los principios fundamentales de los medios con la audiencia.

Ley de Orgánica de Comunicación: CAPÍTULO II. Sección I Derechos de Libertad

Art. 29 Libertad de información

Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación

Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

La Constitución: Derechos del Buen Vivir. Sección Tercera Comunicación e Información

Art. 18

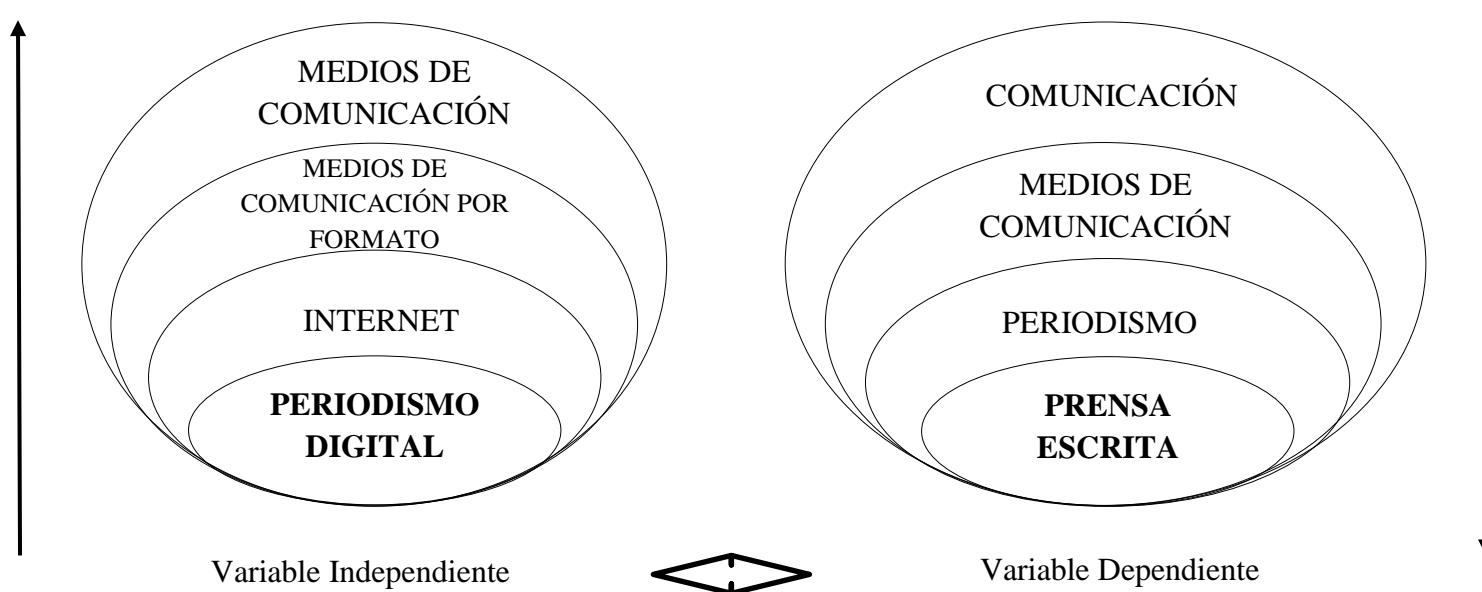
Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

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

Cada uno de los artículos señala la importancia de brindar una información oportuna, inmediata en la que la audiencia puede ser también la productora de su propio contenido (audiencia prosumer) sin importar el medio de difusión y aquí es donde el medio digital lleva la delantera.

Categorías Fundamentales:

Gráfico N° 2: Subordinación conceptual de variables



Fuente: Investigadora

Infraordinación conceptual de variables

Gráfico N° 3: Variable independiente:

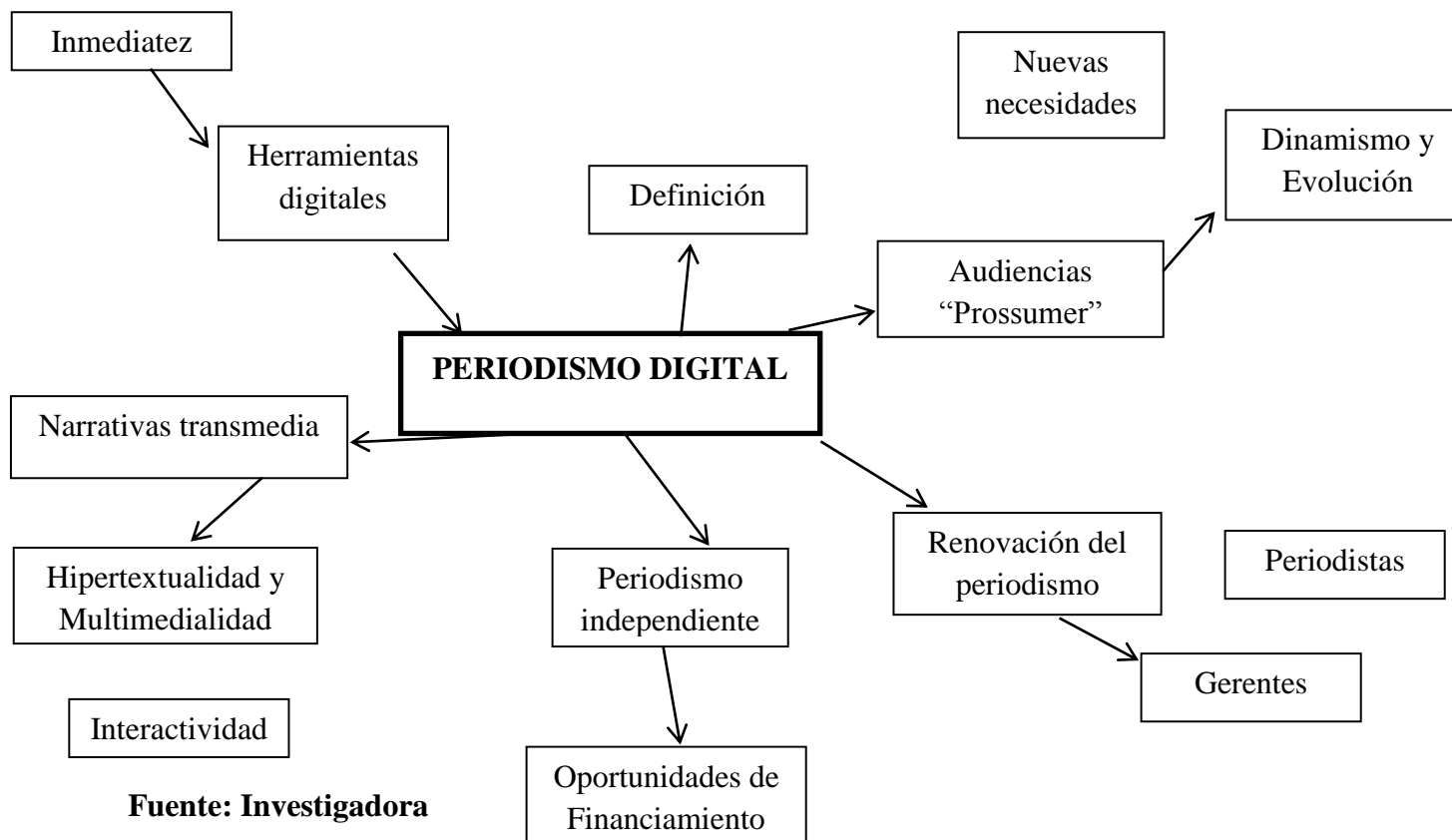
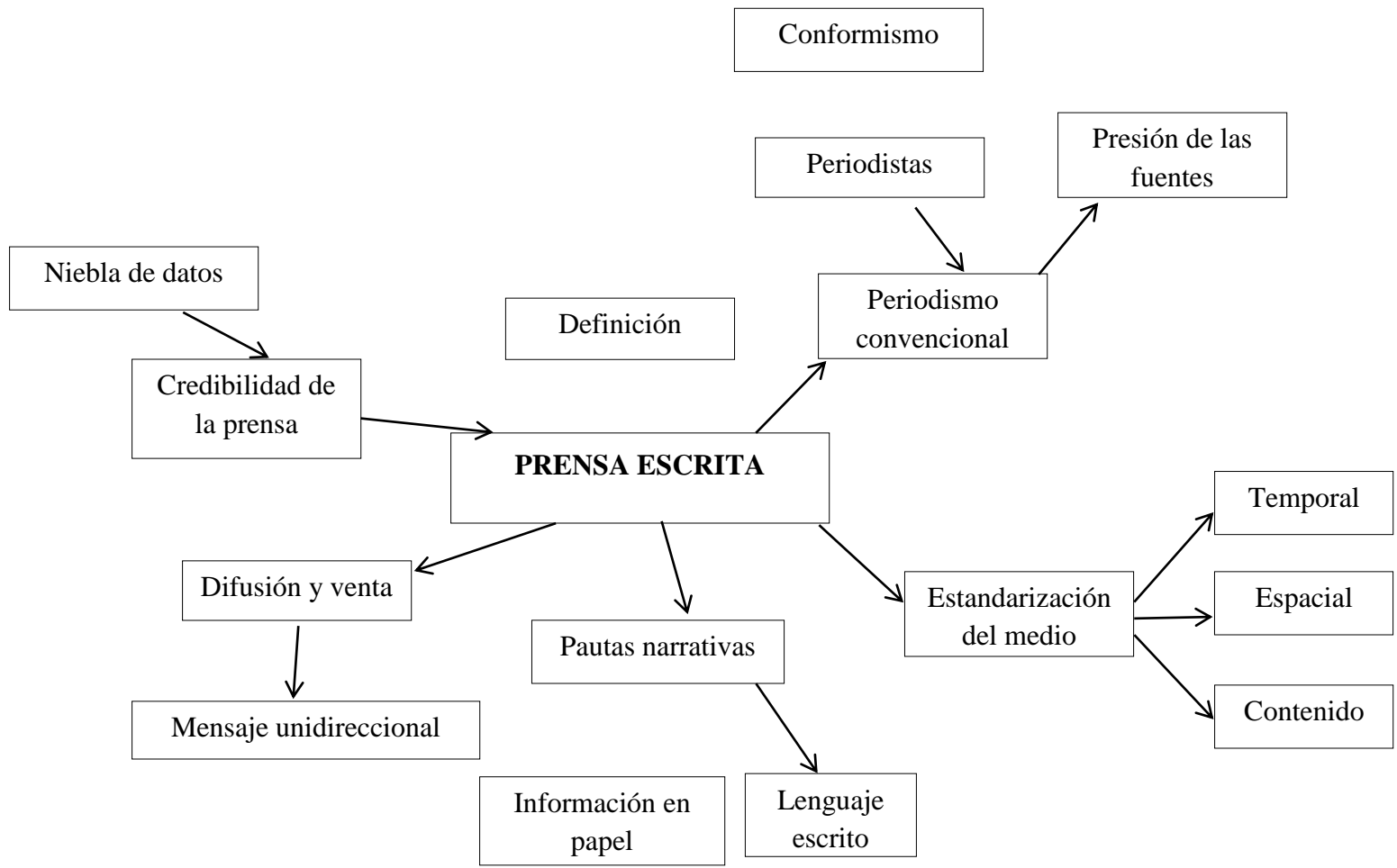


Gráfico N° 4: Variable Dependiente:



Fuente: Investigadora

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Variable independiente: Periodismo Digital

ANTECEDENTES

A pesar de que se habla de una escasa aceptación del internet en la ciudad de Ambato, es una realidad inminente que desde los años 90 varios periódicos decidieron migrar contenidos, tomando como ejemplo el diario El Comercio en el año 1996, Diario el Heraldo, tiene una trayectoria de 59 años de vigencia desde 1964, convirtiéndose así en el periódico más antiguo de la ciudad, sin embargo en el 2014 apenas presentaron su edición on line.

Cuadro N° 1: Crecimiento de los ciberdiarios en Ecuador

Año	1997	1998	1999	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
N°. Diarios	7	9	10	13	22	22	22	29	30	30	31	32

Fuente: (Dra. María Isabel Punín Larrea, Junio-Septiembre, 2014.)

Elaborado por: Investigadora

En este acápite conoceremos a profundidad de lo que se trata hacer periodismo digital, las ventajas que trae el ciberperiodismo y a qué tipo de audiencias puede llegar.

CIBERPERIODISMO Y SUS HERRAMIENTAS

“Periodismo Digital o Periodismo On Line (en línea) no es aquello que se diferencia del periodismo convencional. Se lo puede definir como la adopción de nuevas herramientas digitales, empleando las potencialidades del Internet en el uso de un mejor y alimentado periodismo tradicional” (Lopez, 2013).

El periodismo digital, es un medio de comunicación capaz de entregar información noticiosa en varias presentaciones digeribles para toda audiencia, mantiene cualidades sobresalientes como: rapidez, interactividad, multimedialidad, hipertextualidad e instantaneidad, sin embargo aún se creen que el Periodismo Digital es el simple hecho de transcribir la noticia en una página web y que no es un medio de comunicación sino simplemente un divulgador de contenidos ¿Qué tan cierta es esta afirmación?

Las facultades que la web 3.0 brinda al periodismo son relativas a los servicios del mismo, es decir con el periodismo convencional se informa a la gente, pero el periodismo digital sirve a la gente; el periodista Gabriel García Márquez (Abello, J. 2008:19) ya predijo sobre el desarrollo del periodismo convencional *“el mundo se le está escapando al periodismo”*.

El ciberperiodismo presenta nuevos recursos y herramientas en la forma de contar y difundir las historias, los protagonistas ya no son los medios de comunicación o el periodista, si no la misma audiencia, quiénes se convierten en generadores de noticias, pues su nueva postura frente a los medios no es la de consumir extensivos y aburridos relatos, sino el interactuar, ser un ente activo en la generación de contenidos, pues tiene la funcionalidad de elegir lo que quieren leer y desechan lo que no les convence.

Una de las herramientas que facilitan al periodismo digital, son las mencionadas redes sociales, comunicar y difundir noticias de una manera rápida y eficiente es el Twitter, facebook (redes sociales) pero con páginas determinadas y creadas para hacer periodismo, no cualquier tipo de página para hacer contenidos; otra de las grandes posibilidades que estas plataformas digitales nos brindan, es monitorear la interacción de los usuarios, saber de qué la audiencia está hablando, para entender qué contenidos producir y causar gran impacto social.

Sandra Cruacianelli en su libro *“Herramientas digitales para periodistas”* (Cruacianelli, 2013), nos enseña un sin fin de herramientas para monitorear al público objetivo:

- **Who'sTalkin:** Ayuda a indagar en los diferentes blogs, periódicos o revistas on line, redes sociales o cualquier plataforma digital, para conocer sobre los temas más sonados del momento.
- **Socialmention:** Permite buscar en blogs, redes sociales, marcadores sociales, comentarios, imágenes, videos, noticias e incluso audios, sin discriminar el contenido al que se desea llegar.
- **Social Buzz:** Es uno de los buscadores más utilizados por su facilidad y accesibilidad para: Twitter, Google Plus, Facebook y LinkedIn, simplemente mencionamos los términos a buscarse.

Estas herramientas digitales permiten el desarrollo incluyente del periodismo, gracias a estos monitores de información, podemos saber más de nuestra audiencia, conocer sus gustos, necesidades informativas y gracias al ciberperiodismo poder solventarlas.

AUDIENCIA PROSUMER

La Real Academia de la lengua define Audiencias Prosumer a la *“Persona que ejerce de canal de comunicación humano, lo que significa que al mismo tiempo de ser consumidores, son a su vez productores de contenidos”*, sí atentos medios de comunicación, ya no se habla de una sociedad consumidora de información, ahora estamos en una sociedad productora de información, con **nuevas necesidades** gracias a la tecnología que abarata y acerca.

La noticia se expande con inmediatez, una persona normal, puede tomar la foto del accidente y postearla en su red social y esta noticia se comparte por cientos de usuarios, generando información sin necesidad de un medio de comunicación. Una sociedad se caracteriza por **el dinamismo y la evolución** continua, poco a poco la audiencia pasa de ser PROSUMER a CROSSUMER, es decir no solo produce información sino que, ahora es capaz de criticar y valorizar la información periodística, acto que años atrás era impensable, pues los medios de comunicación siempre han sido la voz oficial *“Los*

jóvenes monstruos de Internet están devorando los fértiles campos de la publicidad como una plaga bíblica para la prensa” (Ramon Muñoz, 2009, pág. 6).

NARRATIVAS TRANSMEDIA

Ya no es importante qué contar sino cómo lo voy a contar, los nuevos periodistas deben fijarse en las grandes bondades que se puede adquirir del periodismo digital para contar las historias, dejemos a un lado eso de la objetividad, somos humanos nunca dejaremos de ser subjetivos, pero es aquí donde radica el profesionalismo de cómo dejar de ser objetivos sin causar desinformación y a esto le llamamos “Renovación del periodismo”. Utilizar la subjetividad para direccionar la noticia hacia enfoques humanistas y de servicio, logra que las audiencias se apropien de los contenidos logrando así perdurar en la historia y con esto el enfoque que la noticia tenga será nuestro estilo periodístico; sin embargo el ciberperiodismo nos enseña tres recursos para realizar periodismo digital:

La **hipertextualidad**, se refiere al uso de enlaces con contenido relacionado a la publicación de noticias digitales que se realizó, enlaces que permiten incluir un sinnúmero de datos, información, videos, imágenes e incluso audios a nuestra nota periodística, facilitando la comprensión del lector y más allá de eso, haciéndole partícipe de la noticia, pues tiene la facilidad de elegir el orden de lectura y el tipo de contenido, se convierte en una información dinámica.

Cada enlace es actualizado correctamente para enriquecer la investigación periodística, en la praxis el periodista se base en una programación web 3.0 con una disponibilidad de fuentes directas que referencien su publicación

No hay explicación más clara que aquella en la que demuestre que la audiencia ya no lee sino “navega”, el contenido relacionado permite a nuestro lector informarse más allá de lo que el periodista está contando; una noticia que lleve a buscar más y a querer más, captará la mayor audiencia de lectores fieles e interesados.

Pero ¿cómo se lo puede lograr? fácil, con la **multimedialidad**, se habló ya de enlaces que lleven a contenidos relacionados con la publicación de noticias, ahora algo más interesante: publicación de noticias no solo con texto sino con fotografías, videos, gifs¹², audios incluso programas ejecutables.

El texto del ciberperiodismo, lidera el uso de narrativas multimedia en relación de solo texto y fotografía, *“Otras opciones propias del entorno virtual son el audio y la infografía (por ejemplo, en tres dimensiones). Ese terceto se suma al tradicional texto y a la fotografía (imagen fija) para configurar una oferta multimedia potente y sugerente”* (Fondevila, 2014). Fondevilla se refiere a la incorporación del video como un terceto entre: texto-fotografía-video, permitiendo potenciar la noticia, brindándole de cualidades como: entretenida, funcional e informativa.

Las narrativas transmedia son el formato que se emplea para contar las historias; un buen programador web 3.0 y un buen contenido periodístico, obtendremos una amalgama¹³ de formas para contar la misma noticia que la audiencia la obtiene días después, en un periódico.

La interactividad, se convierte en el recurso estratégico del ciberperiodismo, a pesar que la prensa escrita lo maneja de manera indirecta con los correos a los directores de prensa, el periodismo digital permite entablar conversaciones, foros, entrevistas directas entre audiencia y periodistas, a la vez que el espectador, puede comentar, compartir y descargar la noticia, esto crea en la audiencia intimación, es como se potencia el ciberperiodismo.

En cuanto a la producción de noticias, se convierte en inclusiva con la “Interactividad” pues el atender a comentarios y sugerencias de las audiencias, nos permite elaborar mensajes más directos y centrados para el público al que se dirige, pues muchas de las redacciones son aportes de los lectores; esta intervención de audiencias le adhiere ese plus informativo, pues entrevistas online crean proximidad con los ciberlectores.

Gifs¹²: Son imágenes en movimientos cortas, con una duración máxima de 5 segundos.

Amalgamas¹³: Variedad, diversidad de cosas o recursos que pueden emplearse.

La gente puede a su vez interactuar con el contenido, cuántas veces se ha leído o escuchado, -déjenos su comentario-su opinión es importante- , los mismos consumidores critican y auto valorizan la información según su conveniencia (audiencia prosumer) *“Hay que propiciar y dar mucho espacio y oportunidad al debate interno en las redacciones. ¡Ay de aquellas redacciones donde se ha agotado ese debate, donde la autoridad funciona como la ley de la gravedad, de arriba abajo!”* (Gonzales, 2008, pág. 11)

Ahora bien queridos medios impresos, ¿Cómo pueden contrarrestar estas bondades digitales? Estos son los principales recursos que el cibermedio brinda al periodismo: la inmediatez, interactividad, accesibilidad y riqueza de los formatos¹⁴ ; Estas posibilidades suponen un cambio entre roles de emisor-receptor a un nivel igualitario, este soporte digital no solo implica el ver y leer, sino también el de interrogar, explorar algo que provoca el construir y componer la noticia.

El usuario mediante **la interactividad**, puede responder, objetar y crear diálogos con el periodista a través de foros o grupos de soporte digital, el simple hecho de presentar la noticia en plataformas digitales le da un realce especial y simbólico, el mismo que será el encargado de atraer a la audiencia.

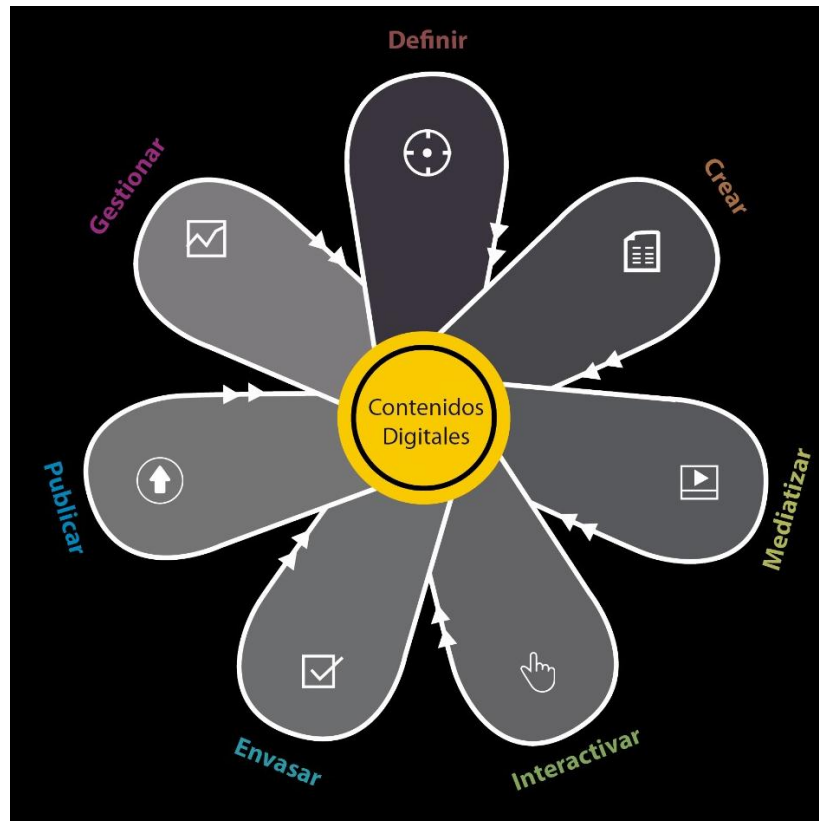
MODELO MARGARITA

Se ha hablado que la producción de contenidos para plataformas digitales es diferente a la utilizada para medios impresos, estos se los abordan de manera estratégica en: *producción, elaboración y post-producción* cada etapa permite generar los resultados buscados en la publicación de contenidos, sin embargo el “Modelo Margarita” plantea las cinco etapas en el desarrollo de contenidos periodísticos, incluyendo, tecnologías y diseño de procesos (Camus, 2009).

Formatos¹⁴: Herramientas digitales que contienen información periodística.

El periodista chileno, Juan Carlos Camus nos presenta un modelo de desarrollo y gestión de contenidos digitales el “Modelo Margarita”:

Gráfico N° 5: Modelo Margarita en producción de contenidos



Fuente: (Camus, 2009)

Para la creación de contenidos digitales es importante seguir procesos, el presentado está realizado a base de una flor, pues los pétalos son los componentes de la producción de contenidos, estos se relacionan directamente con el centro (contenidos para medios digitales) cada componente desarrolla la clave en el proceso:

Definir:

En este proceso nos direccionamos por la política de contenido que se va a realizar, la ideología inicial, las hipótesis del tema, direccionar las posibles estrategias de creación, es decir precisar las características básicas del contenido.

Crear:

Creamos el conocimiento mediante una profunda investigación, es una búsqueda de elementos para el proceso de construcción.

Mediatizar:

Son las actividades alternas al texto que se le pueden ofrecer, ya sean audios, videos, fotografías, componentes que permitan enriquecer la información inicial; logrando asegurar al redactor la fusión de narrativas multimedia.

Interactivar:

Permite al usuario participar en la información mediante el hipertexto, con el enlace a contenidos relacionados enriqueciendo la información, es importante utilizar, otros contenidos multimedia (fotografías, videos) para enganchar al lector.

Envasar:

Este elemento, da paso a unificar los recursos y herramientas de los contenidos, es decir conjuntar la información que va a presentarse, en base a los estándares calificados

Publicar:

Esta es la etapa en la cual presentamos los contenidos a los lectores, en base a las categorías ya expuestas, es la manera en la que presentamos y van a divisar las audiencias las publicaciones.

Gestionar:

Es el elemento clave de deducción, conocer y comprender el efecto causado en las audiencias, la manera de indagar si causó el impacto esperado y si es así, cual es el siguiente contenido que nuestros lectores desean conocer y aprehender.

CIBERPERIODISTAS INDEPENDIENTES

Estas son las buenas nuevas del periodismo, aquí es dónde está el futuro de los periodistas; una de las causas del declive periodístico es la monopolización de los medios, ahora son una empresa informativa más que un medio de información, se encuentran divididos por modelos de negocios que escatiman recursos para la buena creación periodística, la censura previa utilizada para mancillar la información a conveniencia de actores políticos.

Un periodista para poder ejercer su profesión, es necesario buscar un medio de comunicación que le brinde la oportunidad de desempeñar su cargo, pues era impensable crear un medio propio. Sin embargo ahora la web 3.0 brinda la facilidad de crear una red social o un medio alternativo de comunicación y convertirla en un medio de difusión masivo de información.

Los periodistas tienen la oportunidad de expandir sus alas, sin necesidad de hacerle frente a las ideologías de un medio o trabajar atrás de una computadora en horarios fatigosos; los ciberperiodistas pueden revolucionar esta realidad y elegir el periodismo propio en que se deban a su audiencia y en servicio de ella.

En un mundo globalizado de avances tecnológicos constantes, crea mayores posibilidades de informar gracias a las plataformas tecnológicas y esto no parece ser algo favorable para la prensa escrita; el pluralismo informativo lleva a crear nuevos accesos para informarse en el que los periodistas capacitados pueden potencializarlos, ahora bien ¿El periodista debe capacitarse o debe autoactualizarse?

EL GRAN PASO AL CIBERMUNDO

Se habla de una crisis informativa en la prensa escrita o afirmaciones que esta puede desaparecer, son hipótesis apocalípticas que incluso el periodista es llamado "*Especie en*

extinción” (Fernández, 2010), sin embargo hay optimistas positivos que afirman un cambio o de lo contrario podría desembocar en una crisis.

Nos encontramos en una brecha, en la que cada quién es dueño de su propia verdad, pero realmente no se sabe a ciencia cierta el futuro del periodismo, sin embargo experimentos e investigaciones sacan a la luz las problemáticas que oscurecen el ciber mundo.

El periodismo digital permite convertir a los *“periodistas y reporteros en multiusos postmodernos”* (Fernández, 2010), la gran diversidad periodística son el salvavidas ante el naufragio, la creatividad, contenido empático y calidad de redacción son las cualidades al gran paso digital *“Estamos haciendo periódicos clónicos¹⁵, todos damos las mismas noticias que, además, los medios audiovisuales e internet dieron ya 24 horas antes”* (Fernández, 2010), la inmediatez es un tema preponderante al momento de hablar de periodismo, la facilidad y rapidez en las noticias son el máximo exponente de un medio de comunicación.

La labor periodística se ve envuelta en la valoración y apropiación de los contenidos, las herramientas y recursos que muestra el periodismo digital, son la muestra apremiante para ejercer un periodismo de gran alcance social e informativo, los géneros periodísticos se han convertido en simples métodos de llevar a cabo una noticia, pero que hay de aquellos contenidos que no ingresan en estos cuadrantes y tienen diferentes narrativas multimedia, es importante reformar la vieja escuela de periodismo y dar paso a renovación y evolución de contenidos y plataformas.

Es importante tener cuidado en no caer al direccionalismo periodístico, es decir gracias a las herramientas digitales se puede caer en un efecto nocivo de libertad de expresión *“Los nuevos medios ofrecen también nuevos métodos de manipulación de la información, lo que constituye otra cara de la censura”* (Fernández, 2010), lo que supone un alerta para el manejo de contenidos en el ciberperiodismo, tomando en cuenta que lo

fundamental es informar a los ciberlectores a base de un contenido necesario con redacciones frescas y sin censura previa.

“La lucha por la supervivencia no había sido nunca tan dura. La feroz competencia de la televisión, la radio e Internet a la que se enfrenta la prensa escrita, la ha llevado incluso a sufrir “una verdadera crisis de identidad” (Fernández, 2010)

En el rediseño de las páginas de noticias se ha incluido la utilización de la web 3.0, para interactuar y mediatizar, de tal manera que los contenidos se tornen dinámicos, múltiples, llevándole así al periodista a ser multidisciplinario, con la función de investigar, redactar, embazar la información, difundir y monitorearla *“Periodista Orquesta”* (Dra. María Isabel Punín Larrea, Junio-Septiembre, 2014.)

Los seudo-periodistas son una de las principales fallas para esta crisis informativa, el conformismo, la falta de pasión hacia la profesión, desmotiva el buen periodismo, contar las historias ya no es solo para informar, estas deben tener personalización, que brillen con luz propia y **los medios impresos** deben anhelar fusionar el papel con lo digital, para un mejor servicio informativo a los ciberconsumidores, aquellos quiénes buscan las noticias frescas e inmediatas.

Variable dependiente: Prensa escrita

ANTECEDENTES

La prensa escrita es uno de los medios de comunicación, que permiten la difusión de información por medio de un papel, en la cual tiene varios segmentos representativos que alucen a temas de interés social, destinados a informar a la sociedad, ya sean impresos de alcance local, nacional o internacional.

Según la RAE (2009) la prensa es *“el conjunto o generalidad de publicaciones periódicas y especialmente las diarias”*

Clónicos¹⁵: Contenidos similares, sin originalidad y creatividad.

Si nos remontamos a tiempos antiguos, desde las épocas más primitivas existía una manera de comunicación efectiva independientemente de cuál esta sea; en la Época Aborigen la comunicación significó el desarrollo de los pueblos y comunidades ancestrales, si hablamos un poco de los Incas, utilizaban como fuente de comunicación los *chasquis*, que en otras palabras era un sistema de mensajes para comunicarse entre pueblos, en fin el punto es, la comunicación fue el apogeo del desarrollo y evolución de cada época o era y la historia es contada a partir del surgimiento de la escritura en Mesopotamia (3500 a. C.) (Mora, 2012).

Lo importante es que, la escritura tiene gran realce para la *ilustración* del ser humano, los periódicos han sido y serán la mayor iniciativa de comunicación y aprendizaje creado, para la ciudad de Ambato el diario *El Tungurahua* (1860) (Mora, 2012) supuso el inicio de una gran campaña de información; mientras que el Heraldo un diario local Independiente fundado el 15 de marzo de 1958 se mantiene hasta la fecha, existen más medios impresos como: La Hora, El Ambateño pero no son netamente locales sino más bien nacionales, excepto el Diario el Ambateño, que propende noticias locales de los cantones de la Provincia de Cotopaxi y Tungurahua pero pertenece al Grupo El Comercio S.A, un periódico nacional.

A pesar de esto, el diario el Heraldo en relación de hace unos 5 años atrás, las cifras de ventas han bajado notablemente como lo señala Rodrigo Gavilanes Editor General del Diario el Heraldo:

“Para ser sincero, he notado una diferencia, tal vez en un 30% y no niego que esa cifra siga bajando; por lo general un día de circulación son de 10.000 ejemplares, a pesar que antes fluctuaba entre los 12000 a 13000, es una realidad “

Es verdad, la prensa escrita ha creado un vínculo social con los usuarios y su decadencia está en tela de duda, pero recordemos que las formas de comunicarse han evolucionado de acuerdo al tiempo y época, entonces ¿Las formas de comunicarse han evolucionado

actualmente? con esta pregunta principiaremos este acápite sobre la prensa escrita en el ciber mundo.

PRESIÓN DE LAS FUENTES

La prensa escrita forma parte de los medios de comunicación tradicionalistas, siendo el más antiguo de ellos y a pesar de esto jamás ha tendido en desaparecer, porque la prensa escrita brinda a la sociedad “la lectura”, la audiencia aprecia y atesora esto, por lo que ni la tv, ni la radio han podido suplantarla.

El periodista se ve envuelto en el ciberperiodismo desde su formación académica, y lamentablemente crea una cosmovisión sesgada, la cual contribuye al crecimiento y desarrollo del medio y mas no al de la sociedad; la saturación, la privatización del mismo son causales de un desengaño que afecta directamente a la práctica periodística, los periodistas están más enfocados en realizar lo que el medio quiere, dejando por lado las necesidades sociales de los usuarios.

Es la audacia, independencia y capacidad crítica de los profesionales lo que determina la dirección y el estilo presentado en relación a la **presión de las fuentes**, presión de los usuarios prosumer con la necesidad de ir más allá del simple hecho leer y consumir información y presión de los medios por difundir información politizada.

“Los medios, si no son responsables con la información que manejan, pueden entorpecer la justicia, en lugar de facilitarla, como debería ser”. (Fernández, 2010), los medios de comunicación están en la capacidad de manejar directamente a su audiencia, pero depende de ellos hacerlo profesionalmente. Sin embargo en una era tecnológica de la información que supone grandes avances globales con nuevas narrativas y formas de contar las noticias, no se torna muy favorable para el periodismo impreso, un reconocido periodista turco mencionaba *“Un periódico puede ser sano financieramente si consigue muchos anuncios, pero perderá lectores si no tiene nada que decir” (1975:76)*, o puede

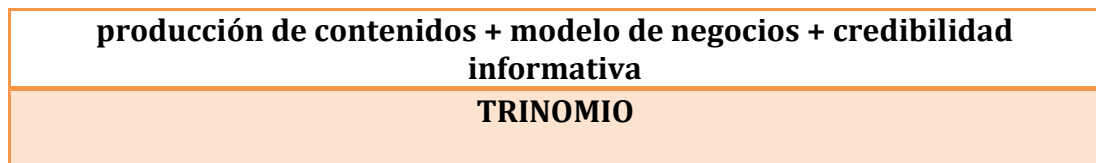
ser que tenga contenido por difundir, pero la presentación no es la adecuada frente a las nuevas necesidades de las audiencias prosumer.

En la actualidad, pocos son los periodistas cuya ocupación está destinada en señalar las injusticias del sistema y control social, pues su ética está definida por los intereses públicos o privados del medio al que se debe y está es una realidad a voces.

NIEBLA DEL TRINOMIO

La prensa escrita actualmente no solo sufre una crisis en el modelo de negocios y producción de contenidos esto va más allá, sufre una crisis de credibilidad, calidad y acertividad, el trinomio de la prensa escrita se ha visto afectado y en la opinión pública desencadena el resultado:

Cuadro N° 2: Gráfico del trinomio de la prensa escrita



Fuente: Investigadora

“La opinión pública tiene la percepción que la prensa ha abandonado su función social para atender sus propios intereses. En otras palabras, que la prensa ha renunciado a la que era su principal función, la de reflejar la realidad de forma honesta y con voluntad de veracidad e independencia.”
(Rius, 2013)

Las audiencias buscan ideas frescas, nuevas, por lo que los periodistas de la nueva generación deben cuidar esto, el contando ciudadano es fundamental, pero si no existe una dirección continua enfocada a las necesidades de la sociedad, se producen errores de producción y más aún errores de credibilidad, desencadenando en una **niebla de datos**¹⁶, esta niebla es el resultado de una periodismo involuntario, las

Niebla de datos¹⁶: Obstaculización cualidades en los contenidos periodísticos, cualidades como: credibilidad, creatividad, rapidez.

herramientas y conocimientos escasean para el trinomio informativo; si no se conjugan los aspectos importantes para la presentación de contenido ¿Qué sentido tiene hacer periodismo convencional?

Esta niebla del trinomio entorpece la esencia del periodismo, “*El buen periodismo tiene que sumar: veracidad, verificación, lealtad al ciudadano, independencia de las fuentes, relevancia e interés, oportunidad para la crítica y el comentario, ser exhaustivo y proporcionado*” (Gonzales, 2008, pág. 13), ejercerlo con obediencia a la conciencia y ética profesional, perder el miedo al control del poder.

No es utópico el crear medios impresos que se asocien con la web, es simplemente el interés de no dejarse morir, de buscar más alternativas que faciliten la participación, concienciación del lector, apostar por diarios on-line y sobre todo en la capacitación de periodistas para la creación de contenidos con las nuevas pautas narrativas, supone el progreso de la prensa, la unificación de plataformas para que los beneficiados no sean las grandes empresas periodísticas, sino la sociedad, nuestros lectores y seguidores.

Tocar este tema, es abrir una brecha entre todos los medios de comunicación, la audiencia ya no está para creerse todo lo que un papel le exponga, pues son tantas las alternativas de informarse que no dudan en navegar y encontrar de diferentes fuentes y presentación la información buscada “*¿Qué? piensan los ciudadanos de los periodistas y del periodismo que hacemos. Pues cada día piensan peor. Y no damos explicaciones suficientes, no avanzamos en la autorregulación*” (Gonzales, 2008, pág. 12)

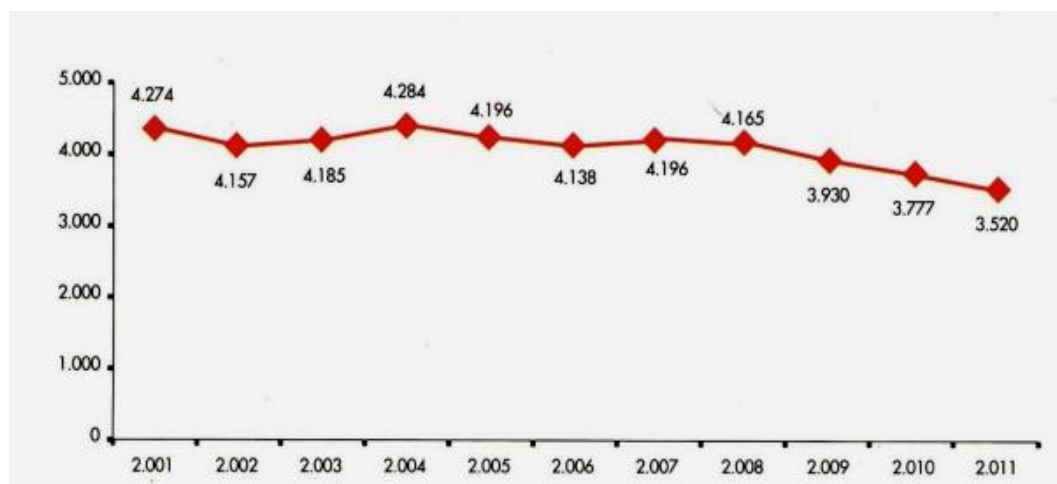
Los periodistas empezamos a pensar en un modelo de producción eficiente, conociendo los alcances periodísticos destinados a una libertad de expresión, pero sin mancillarla con divulgación; cuando evitemos la censura previa, direccionamientos políticos empezará entonces a divisarse los datos en medio de la niebla.

ESTANDARIZACIÓN DEL MEDIO

Esto podría ser la desventaja más grande del medio impreso, su *estandarización* tanto en tiempo, en desarrollo como en difusión; los encuentros establecidos para la producción y difusión de noticias, está sectorizada y sesgada de acuerdo a un horario de atención y es aquí cuando empieza el retroceso de la *inmediatez* y la prensa escrita siendo un medio de información, no se puede dar el lujo de perder.

El tiempo para preparación y difusión de una noticia, está manejada y diseñada por el medio de comunicación y los periodistas nada pueden hacer; la audiencia simplemente se remite a enterarse lo que sucedió al día siguiente de la publicación, pero la prensa no debe olvidarse, que mientras están en la producción y embazado de la noticia, algún ciberperiodista ya lo difundió y monitoreó sus alcances y peor aún los lectores ya no esperan a su periódico para informarse, acuden a los medios alternativos como las redes sociales y plataformas que con inmediatez, interactividad y facilidad le informan lo suficiente y necesario.

Gráfico N° 6: Evolución de difusión de periódicos



Fuente: (Rius, 2013)

Si la prensa empieza a dejar de ser útil para los lectores (Rius, 2013), es entonces cuando empezaremos a ver el panorama desalentador, pues ningún intento de supervivencia logrará tapar este daño, muchos optimistas hablan de una crisis eventual y pasajera, tal vez por financiamiento o gestión de negocios, pero en realidad es algo eventual, se está enfrentando una era de cambio y renovación.

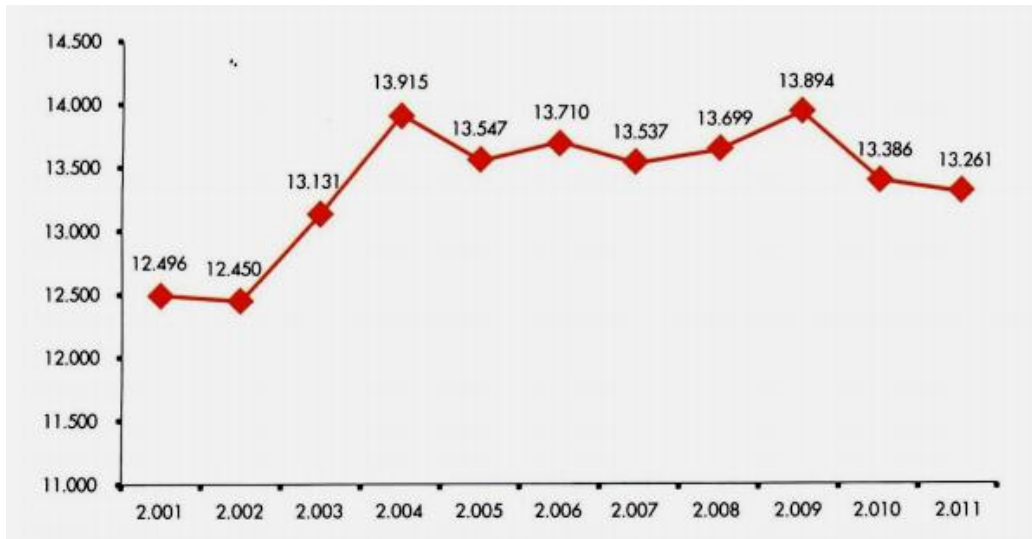
El contenido está definido por páginas que cumplen un rol específico, la noticia debe compartir espacio entre publicidad, boletines de prensa, anuncios y demás distractores que en ocasiones confunden al lector. Pero ¿Qué pasa con aquellos lugares en los que el periódico no tiene acceso? el usuario invierte su dinero en una noticia empacada, pero al navegar en el mundo digital, las noticias se actualizan constantemente.

DIFUSIÓN UNIDIRECCIONAL

La adaptación que la prensa escrita genere en el ciber mundo, será las buenas nuevas del periodismo convencional, la capacitación e innovación en la producción y modelo de negocios “*La prensa ha tenido que adaptarse a estas nuevas realidades en medio de las subidas de costos de producción y rebaja de los tirajes*” (Mora, 2012)

Lo terrible del medio de comunicación es la importancia que se le da a la publicidad y venta que en la generación de contenidos de relevancia social y el usuario se da cuenta, ya no quieren esperar para informarse por medio de un periódico, en el que se encuentra 50% información y 50% publicidad, pero que más puede hacer el medio si esa es su manera de permanecer activo.

Gráfico N° 7: Evolución del número de lectores



Fuente: (Rius, 2013)

La difusión de contenidos en prensa escrita es **unidireccional**¹⁶, el papel crea distancia y poco acercamiento entre lector y escritor, perdiéndose la comunicación directa; aquellos contenidos que crean apropiación con las audiencias, perduran con el tiempo y sobre cualquier empresa de comunicación, esas historias de interés humano que engloban necesidades, aportaciones y adaptaciones, reavivan al lector.

Sin embargo no todo es malo, pues la crisis informativa que atraviesa la prensa escrita la puede llevar a crear nuevos direccionamientos *“La lucha por la supervivencia no había sido nunca tan dura. La feroz competencia de la televisión, la radio e Internet a la que se enfrenta la prensa escrita, la ha llevado incluso a sufrir “una verdadera crisis de identidad”* (Fernández, 2010).

Varios medios impresos han optado por invertir en fusionar el papel con la web, creando un diario digital o periódico digital, para facilitar la difusión de la información y lograr un mayor alcance, la renovación va paulatinamente, conociendo primero desde el formato y forma de contar las historias hasta el mismo hecho de generar estilos y enfoques diversos periodísticos.

Unidireccional¹⁶: Modelo de comunicación con una sola dirección, es decir el receptor solo consume.

Hipótesis

La prensa escrita de la ciudad de Ambato atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

H₀: La prensa escrita de la ciudad de Ambato no atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

H₁: La prensa escrita de la ciudad de Ambato atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

Señalamiento De Variables

Variable Independiente: Periodismo Digital

Variable Dependiente: Prensa Escrita

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Enfoque

Para la ejecución del presente proyecto de investigación, fue indispensable darles dos enfoques uno cualitativo y el otro cuantitativo, ambos paradigmas me permitieron hallar los resultados del problema de investigación, a la vez que ayudan a comprender las posibles soluciones para el mismo.

Paradigma cuantitativo, gracias a la precisión de los resultados que la técnica de la encuesta permite predecir la existencia de una crisis informativa de la prensa escrita por parte de los medios impresos, a la vez se puede obtener datos sobre la apreciación masiva del periodismo digital por parte de la audiencia

Paradigma cualitativo, con este enfoque, con amplitud y profundidad, se conoció las causas de la crisis informativa de los medios impresos, es decir ¿Qué tienen para decir al respecto los medios impresos?, de la misma manera ambos enfoques permitirán factibilizar el problema, proponiendo soluciones calificables al mismo, en base a la técnica de entrevistas a profundidad, con su respectivo análisis.

Modalidad Básica De Investigación

Para la obtención de resultados del proyecto se necesitó: investigación de campo e investigación documental-bibliográfica.

Investigación de campo:

Varias de las muestras para la obtención de resultados cuantitativos, fueron necesarios realizarlos a propios usuarios de diarios impresos y miembros de los mismo, quienes brindan la información necesaria sobre la crisis informativa, preferencias al enterarse de

noticias y demás información primaria que mediante encuestas, observación y demás técnicas de **información directa**, permiten cuantificar los datos del problema central.

Investigación documental-bibliográfica:

Mediante un registro de cifras, datos, noticias y porcentajes de ventas del diario, se pudo determinar si en realidad existe una crisis informativa en los últimos años, documentación que el diario permite la observación, evaluación y verificación del mismo para comparar y contrastar cifras que certifiquen el problema de investigación.

También es indispensable la utilización de otras fuentes bibliográficas de información, con una visión panorámica del problema, la misma que se halló en: libros, tesis relacionadas, revistas, internet, videos, artículos científicos, todos relacionados con el tema de investigación, con el fin de ampliar la perspectiva de investigación considerándola así una **información secundaria**, pero de gran valor para el enriquecimiento del proyecto.

Nivel o Tipo de Investigación

Nivel exploratorio

Al hacer un reconocimiento de las variables se pudo realizar una investigación asociada sobre el problema, en cuanto a la crisis informativa de la prensa ante el periodismo digital, una exploración a los antecedentes, causas y consecuencias de las variables para deducir las posibles soluciones que merman al problema central. La hipótesis nula y alterna permiten desarrollar respuestas a la indagación, a la vez que los objetivos tienen protagonismo significativo en la propuesta tentativa de solución.

Nivel Descriptivo

Un análisis exhausto de los resultados que permiten, proponer características a las variables las mismas que se desarrollan dentro de un proceso analítico-descriptivo,

gracias a las técnicas de investigación como: la observación, encuestas, entrevistas obtendremos una información directa y veraz, que infunda las variables del problema.

Unidad de observación	Hombres	Mujeres	TOTAL
Población Ambato (matriz)	86.299	92.239	178.538

Fuente: (CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA , 2010)

Asociación de Variables

Se puede asumir un comportamiento tanto cualitativo como cuantitativo de los involucrados, que evidencia la crisis informativa de la prensa escrita, por la influencia latente en la gran demanda de información digital y así se midió la calidad de la información de la prensa con la de un diario digital, la misma que se determina una relación entre las variables; indiscutiblemente se puede analizar sus resultados gracias al emparejamiento de las variables en la investigación.

Población y Muestra

Cuadro N° 3: Población de La Matriz de Ambato

La investigación recoge información de usuarios de la parroquia matriz de la ciudad de Ambato, por lo cual la muestra es un poco extensa tomando en cuenta, que también es necesario investigar a la población para conocer el nivel de información que genera el periodismo digital.

El universo de estudio está compuesto por jóvenes: hombres, mujeres y otros, que comprendan un rango de edad entre 10 - 24 años, ellos nos ayudarán a determinar, qué

es lo que piensan, sienten y quieren las nuevas generaciones y audiencias del periodismo tanto del convencional como del on-line.

Pero también fue importante analizar a los adultos que comprendan un rango de edad entre 25 - 55 años, sus resultados permitirán conocer, cómo reaccionan ante esta era tecnológica-social en razón de ello, el tipo de muestra es deliberada y a conveniencia puesto que, la base fundamental de la muestra del análisis, es tener acceso a internet, para lograr que las deducciones concuerden con la relación de las variables a investigarse.

Unidad de Análisis

El grupo de muestra, se ajusta a una categorización de la población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento realizado por el INEC 2010 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en la página www.ecuadorencifras.com por lo que se ha tomado el número de habitantes de la parroquia matriz de la ciudad de Ambato, para lograr calcular las personas a encuestar, en el siguiente cuadro se indica la clasificación:

Cuadro N° 4: Determinación de la muestra

178538	TAMAÑO DEL UNIVERSO
50	HETEROGENEIDAD %
5	MARGEN DE ERROR %
95	NIVEL DE CONFIANZA %
384	MUESTRA

Fuente: Investigadora

Se realizó a 384 personas de la Parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, con un margen de error de 5%.

También se aplicaron entrevistas abiertas fenomenológicas, que narran las experiencias, estudios y conocimiento de especialistas en Periodismo y Periodismo on-line, a los directores de medios impresos y a periodistas que ejercen la profesión y otros que están todavía en proceso; con el objetivo de realzar los objetivos de la investigación, el aporte logra responder las interrogantes para solucionar el problema social investigado.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Periodismo Digital

Cuadro N° 5: Matriz de la Variables Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p><i>“Periodismo Digital o Periodismo On Line (en línea) es aquello que se diferencia del periodismo convencional. Se lo puede definir como la adopción de nuevas herramientas digitales, empleando las potencialidades del Internet en el uso de un mejor y alimentado periodismo tradicional, que solventa las necesidades de las nuevas audiencias”</i></p>	<p>Periodismo on-line</p> <p>Nuevas herramientas digitales</p> <p>Internet</p> <p>Audiencia “Prosumer</p> <p>Periodismo Independiente</p>	<p>- Periodismo evolucionado</p> <p>- Rapidez, entretenimiento y accesibilidad</p> <p>- Narrativas transmedia.</p> <p>-Plataformas digitales</p> <p>-Redes Sociales, blogs, aplicaciones.</p> <p>-Web 3.0</p> <p>-Interactúan y Comparten Información</p> <p>-Sociedad dinámica</p> <p>- Oportunidades de Financiamiento.</p> <p>- Periodistas autónomos</p>	<p>¿Cómo la audiencia prefiere informarse?</p> <p>¿Cómo el periodismo on-line redacta una noticia?</p> <p>¿Es rápido, entretenido y accesible el periodismo o-line?</p> <p>¿Las redes sociales y periódicos on-line son una fuente de información?</p> <p>¿Las audiencias tienen nuevas necesidades?</p> <p>¿Qué busca la nueva audiencia en un periodismo actualmente?</p> <p>¿Es el mismo periodismo de hoy, que el de hace 20 años?</p> <p>¿Los periodistas quieren pertenecer a un medio?</p> <p>¿El medio impreso es la única fuente de trabajo del periodista?</p> <p>¿Qué prefieren los nuevos periodistas?</p>	<p>Cuestionario-Encuesta</p> <p>Guía. Entrevista</p> <p>Cuestionario Encuesta</p> <p>Cuestionario Encuesta</p> <p>Cuestionario. Encuesta</p> <p>Cuestionario. Encuesta</p> <p>Reg. Observación</p> <p>Guía. Entrevista</p> <p>Guía. Entrevista</p> <p>Guía. Entrevista</p>

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 6: Matriz de la Variable Dependiente

Variable Independiente: Prensa Escrita

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p><i>La prensa escrita- medios impresos es uno de los medios de comunicación convencionales, que permite la difusión de información por medio de un papel, en la cual tiene varios segmentos representativos que alucen a temas de interés social, destinados a informar a la sociedad, ya sean medios impresos de alcance local, nacional o internacional.</i></p>	Periodismo convencional	-Mensaje unidireccional -Necesidades compartidas	¿La nueva audiencia quiere comentar o aportar a las noticias? ¿Qué tan rápido llega la noticia?	Cuestionario Encuesta
	Difusión y Venta	-Accesibilidad -Alcance total -Factibilidad	¿La prensa escrita es accesible para todos? ¿Es factible siempre comprar y acumular papel para informate?	Cuestionario Encuesta Cuestionario Encuesta
	Segmentación	- Contenido limitado - Niebla de datos	¿La prensa escrita informa completamente?	Cuestionario Encuesta Guía. Entrevista
	Interés social	- Credibilidad de la prensa -Interés político-ideológico	¿La audiencia cree en los medios de comunicación? ¿Qué alcance tiene la prensa escrita?	Cuestionario Encuesta
	Estandarización del medio	- Información atemporal - Renovación	¿La nueva audiencia cree en la prensa escrita? ¿La información es rápida y oportuna? ¿La prensa escrita debe renovarse y crear una edición on-line? ¿La prensa escrita quedará obsoleta ante una era tecnológica?	Cuestionario Encuesta Cuestionario Encuesta Cuestionario Encuesta y Guía. Entrevista

Fuente: Investigadora

Plan de Recolección de la Información

Para la recolección de la información basada en un enfoque cualitativo y cuantitativo, se emplearán:

- Técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, pues logra recolectar los resultados de un muestreo probabilístico aleatorio, que nos permite el estudio de la relación de las variables con métodos estadísticos y datos especializados.
- Técnica de entrevistas, con su instrumento guía de entrevista, esta técnica es una de las más importantes, ya que este, es un método de recolección de datos directo, el conversar con los autores de la investigación enriquecen los resultados, no solo se logra obtener información textual que también engloba historias de vida, si no también captamos las emociones, sentimientos, como parte de una comunicación no verbal influyente en un estudio de caso investigativo.

Para una obtención de datos primarios, se aplicó la técnica de observación, con su instrumento el registro, ya que es necesario hacer una investigación de campo en los medios impresos y al utilizar el periodismo digital, ya sea en las audiencias o en los propios periodistas, para determinar su actuación frente a cada una de sus herramienta y así definir sí, realmente a prensa escrita atraviesa una crisis informativa.

Todo esto en base de unas preguntas directrices del plan de recolección de datos que a continuación se detallan:

Cuadro N° 7: Plan de Recolección de datos

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para determinar si existe una crisis informativa, que permita alcanzar los objetivos planteados
¿De qué personas u objetos?	Audiencia y Miembros de los medios impresos de la matriz de Ambato
¿Sobre qué aspectos?	Prensa escrita, periodismo digital, plataformas de información, credibilidad de la prensa, crisis informativa, preferencias
¿Quién o quiénes?	Investigadora Kelly Arévalo
¿Cuándo?	Año lectivo 2016-2017
¿Dónde?	Medios impresos de Ambato
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas?	Encuestas con muestreo, Entrevistas abiertas fenomenológicas, Observación
¿Con qué?	Cuestionarios, Guías y Registros
¿En qué situaciones?	En el periodo de venta y difusión del periódico

Fuente: Investigadora

Plan de Procesamiento de la Información

Para realizar un correcto proceso de análisis comparativo de los resultados obtenidos en las técnicas (encuestas, entrevistas fenomenológicas y la observación) realizadas a los involucrados, se siguieron los siguientes parámetros de procesamiento, con el objetivo de sistematizar y así analizar las relaciones de las variables prestas a una posible solución de esta investigación:

- Revisión de la información obtenida en las técnicas de recolección
- Corrección de respuestas, fallidas o innecesarias
- Análisis y comparación de los resultados
- Tabulación de la información cuantificable
- Embazado de los resultados con la información previa.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una de las técnicas de recolección de información fue la encuesta, así se obtuvo un muestreo probabilístico, el mismo que responde a las interrogantes planteadas y que permiten la solución posible ante este problema de investigación.

Nuestro público objetivo ha sido segmentado, pero no por clases sociales, ni por género; pues el diario impreso y el periodismo digital son medios de comunicación aptos para todo público, pero sí, ha estado dirigido para mayores de 15 años y que específicamente tengan acceso a internet, para aquellos que no es fácil el acceso, se ha tomado automáticamente como una respuesta.

Los usuarios de la parroquia matriz de la ciudad de Ambato, mediante un cuestionario se sometieron a una prueba de análisis, con preguntas puntuales y directas, para lograr determinar si en verdad, la prensa escrita atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

Los resultados que a continuación se van a mostrar de forma porcentual y detalla, revelará las interrogante central de la investigación, realmente nos dejará asombrados a unos y temerosos a otros.

INTERPRETACIÓN DE DATOS

El periodismo digital, ya es considerado por la ciudadanía como una fuente directa de información y lo más alarmante es, que su gran alcance social está destruyendo todo a su camino, los usuarios respondieron a un gran índice de preferencia por las plataformas digitales, estas entendidas como: Redes Sociales, Blogs, YouTube, Periódicos on-line, aplicaciones, etc. que al tradicional periodismo impreso.

Algunos sostuvieron que es importante resaltar el valor de la lectura, ya sea en papel o en digital, pero que esta debe ir a la vanguardia tecnológica, es decir ya no solo texto y fotografía, sino también con imágenes en movimiento, datos estadísticos, colores, enlaces que te lleven a más contenido y lo más importante, que puedas comentar y hasta compartir la noticia.

Incluso usuarios afirmaron ya no creer en los medios impresos y pensar que el periodismo va a quedar en la historia.

A continuación, se detalla un análisis e interpretación cuantitativa de los resultados obtenidos en esta técnica de investigación; el cuestionario se lo realizó en base a 12 preguntas y una opcional, cada pregunta tiene opciones cerradas y abiertas, para facilitar la respuesta del usuario

ENCUESTA: Usuarios de la Parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato

PREGUNTA N° 1:

¿Tiene acceso a internet?

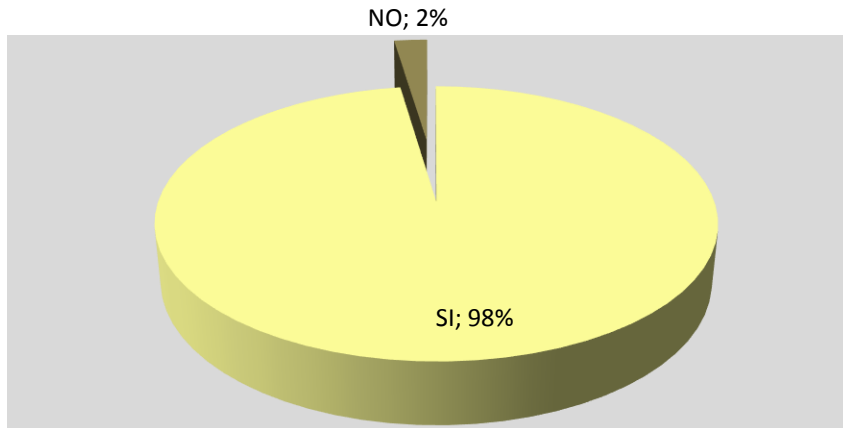
Cuadro N° 8: Pregunta 1

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	374	97,65%
NO	9	2,35%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 8: Pregunta 1

¿Tiene acceso a internet?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Se cree, que aún el acceso a internet es limitado a pesar de vivir en una época tecnológica, sin embargo estos datos revelan que el 98% los usuarios lectores tienen acceso y manejan esta herramienta, tan solo el 2% negó su uso, sin embargo es indiscutible pensar que en algún momento de sus vidas este grupo minúsculo de personas no accedió al internet; esta mayoría está envuelta en una era digital que busca nuevos horizontes y tienen otras necesidades que antes de la globalización tecnológica no existían.

Pregunta N° 2:

¿Cree que el periodismo digital (Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias) son una fuente de información?

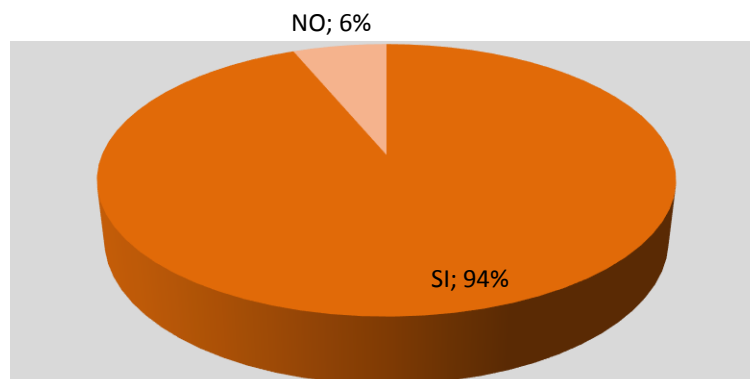
Cuadro N° 9: Pregunta 2

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	359	93,73%
NO	24	6,27%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 9: Pregunta 2

¿El periodismo digital es una fuente de información?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Para muchos, las plataformas digitales no son una fuente de información, tal vez por la divagación de contenido que involucran; lo cierto es que el 94% de los encuestados consideran YA al, Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias, como un medio más de comunicación, en el que se pueden informar, postear, interpretar e interactuar; mientras que el 6% piensa que estas plataformas son aún una fuente de entretenimiento, pero que involucra grandes partes de contenido.

Al comprender y asimilar que estas herramientas son generadoras de contenido, aún se sigue pensando ¿Qué la prensa escrita no está en crisis?, a pesar que claramente los lectores los han detectado como un medio más de comunicación.

Pregunta N° 3:

¿Con qué medio de comunicación prefiere informarse a diario?

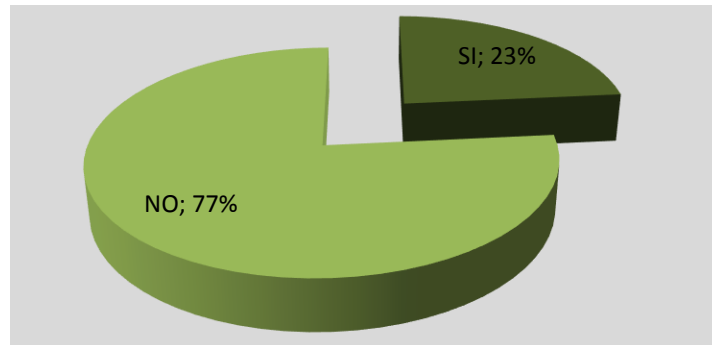
Cuadro N° 10: Pregunta 3

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITA	102	23,50%
DIGITAL	281	76,50%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 10: Pregunta 3

¿Con qué medio prefiere informarse?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Ésta, es una pregunta importante de la encuesta, pues define la preferencia de los usuarios; se sabe de ante mano que los medios de comunicación en general, brindan una información rápida precisa y de calidad, sin embargo el 76% de los encuestados hallan en el periodismo digital un medio con el que prefieren informarse diariamente, las opiniones fueron divididas del por qué lo eligen, a continuación algunas de sus respuestas:

- Es instantáneo, en tiempo real, rapidez en los resultados, más contenido
- Actualidad, fácil acceso, diversidad de opiniones, noticias en vivo
- Creatividad, entretenimiento, audiovisual, más detalles

Los usuarios asocian a las plataformas digitales con: RAPIDEZ, ENTRETENIMIENTO, DIVERSIDAD, CREATIVIDAD, ACCESIBILIDAD, COMODIDAD, cualidades que el periodismo convencional ha perdido en los últimos años.

Pero no todo es malo, ese 23% aún tiene fe en la prensa escrita, muchos argumentaron que:

- Tiene más credibilidad, más confiable
- Lectura tradicional, seguridad

Si antes se creía que la prensa escrita a perdido credibilidad, con estos datos nos damos cuenta que no es verdad en su totalidad, el periodismo tradicional aún guarda la SEGURIDAD y TRADICIONALIDAD de los lectores y estas son cualidades que difícilmente el periodismo digital puede llegar a desenraizar en los usuarios.

Pregunta N° 4:

¿Qué medio de comunicación cree que le brinda la información *RÁPIDA, IMPORTANTE, ENTRETENIDA Y ACCESIBLE* que usted necesita?

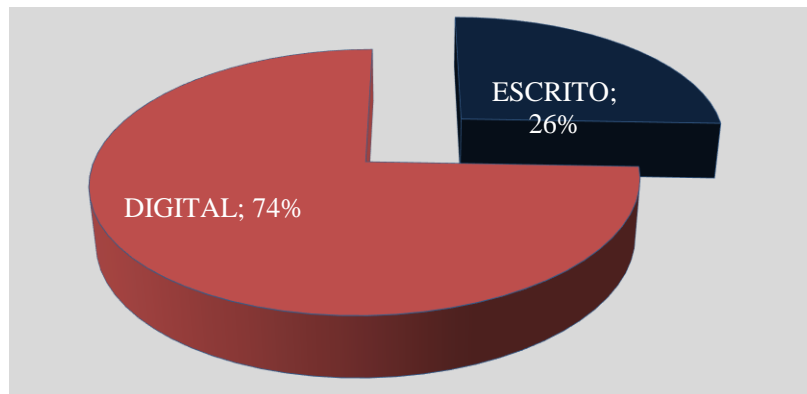
Cuadro N° 11: Pregunta 4

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITO	88	21,15%
DIGITAL	295	78,85%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 11: Pregunta 4

¿Qué medio le brinda la información que necesita ?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

La pregunta engloba lo que se ha venido diciendo a lo largo de esta investigación, pero tiene mayor importancia sí los usuarios son los que lo expresan; el 77% de los encuestados eligen como medio RÁPIDO, ACCESIBLE, ENTRETENIDO E IMPORTANTE a las plataformas digitales y argumentaron lo siguiente:

- Inmediatez a cualquier hora del día, información sin censura, para toda edad
- Publicaciones diarias, Información didáctica, diversidad de contenido

Las plataformas digitales son diferentes en información y en tiempo, sin embargo la cifra del 23% se mantiene y curiosamente las razones son las mismas, todo se delimita a Digital-Rápido Prensa-Creíble.

Pregunta N° 5:

¿Utiliza las redes sociales, blogs, YouTube u otra plataforma digital para informar a sus amig@s sobre un tema de interés social (accidentes, eventos, información relevante de: salud, consejos, reportajes, anuncios)?

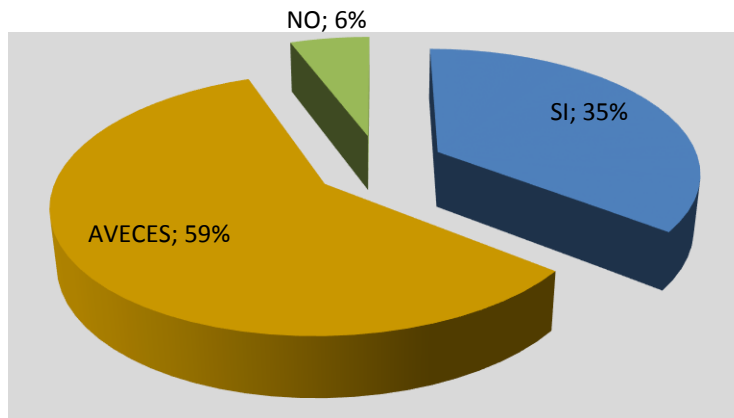
Cuadro N° 12: Pregunta 5

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	136	35,51%
AVECES	225	58,75%
NO	22	5,74%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 12: Pregunta 5

¿Utiliza el periodismo digital para informar?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Se ha mencionado varias veces, la audiencia de ahora no tiene las mismas necesidades que la de antes, pues bien, con esta pregunta se pretendía conocer si en realidad los usuarios son: crossuser (consumidores) a ser prosumer (productores).

Después de analizar que el 98% de los encuestados utiliza las plataformas digitales, el 35% de ellos usan para producir y compartir información con sus amigos es decir, la audiencia es prosumer; si bien es cierto no son periodistas, pero sí se convierten en fuentes de información virtual, el 50% de ellos lo hacen con regularidad y tan solo el 6% no interactúa los contenidos.

Ahora bien, las audiencias ya no solo quieren consumir información para ellos, ahora buscan compartirla con amigos, comentar la información y en el mejor de los casos ser parte de la información (producirla), son informadores virtuales que viralizan los contenidos ¿Qué puede hacer ante esto la prensa escrita?.

Pregunta N° 6:

¿Cómo le gustaría INFORMARSE (leer noticias o artículos)?

OPCIONES:

- Texto y fotografía
- Imágenes con movimiento, enlaces que te lleven a contenidos similares, texto con datos, videos interactivos, compartir y comentar noticias.

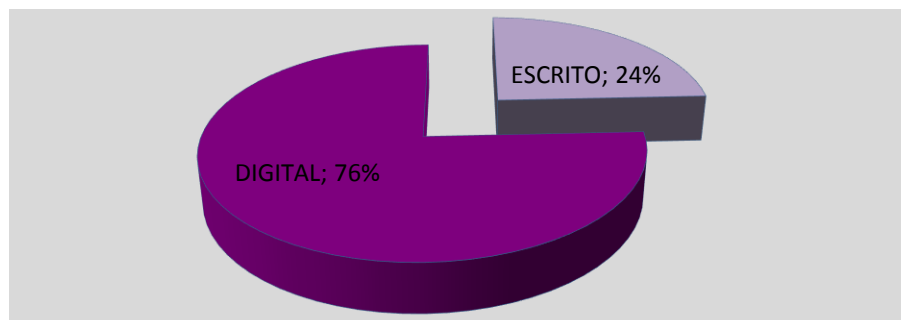
Cuadro N° 13: Pregunta 6

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITO	119	24,28%
DIGITAL	264	75,72%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 13: Pregunta 6

¿Cómo le gustaría informarse?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Ya se ha dicho, las audiencias tienen otras necesidades y en esta ocasión, se explica una de ellas “la forma de informarse”, el 76% de los encuestados prefieren hacerlo mediante: imágenes con movimiento, enlaces que llevan a contenidos similares, texto con datos, videos interactivos, compartir y comentar noticias; argumentan que es una manera creativa y didáctica de aprehender e informarse, pues ya no buscan solo leer si no también apropiarse de la noticia, pero el 26% optan por texto y fotografía, consideran que es una manera más real de informarse, se vuelve a la premisa, la prensa escrita denota seguridad y aunque esta no sustente las necesidades de las audiencias muchos la eligen por su trayectoria informativa.

Pregunta N° 7:

¿Qué tipo de medios considera que llega a más sectores sociales de la ciudad?

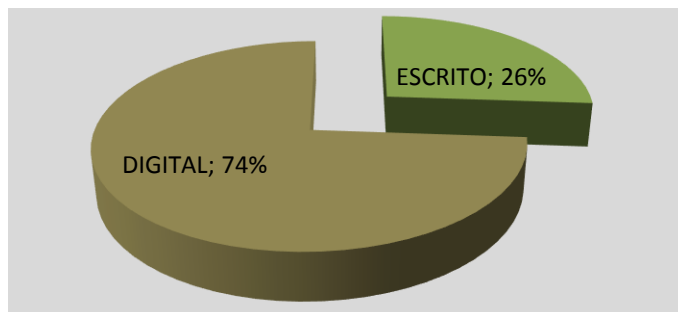
Cuadro N° 14: Pregunta 7

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITO	100	26,11%
DIGITAL	283	73,89%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 14: Pregunta 7

¿Qué medio llega a más sectores?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

El alcance y accesibilidad debe ser una de las cualidades importantísimas del periodismo y el 74% de los encuestados, señala que el periodismo digital es quién lo lidera, la globalización permite que este medio de información penetre, en los sectores que la prensa escrita no puede llegar o que los usuarios no quieren consumir.

Sin embargo reiteradamente el 26% de ellos, piensa que la prensa escrita va dirigida a lugares que mantienen la tradición y que no alcanzan los estándares de tecnología, notablemente esta era busca la comodidad y accesibilidad ¿Acaso la fusión entre información y estas cualidades se relegan en el periodismo digital y no en la prensa escrita?

PREGUNTA 8:

¿Cree que la información de la prensa escrita es confiable?

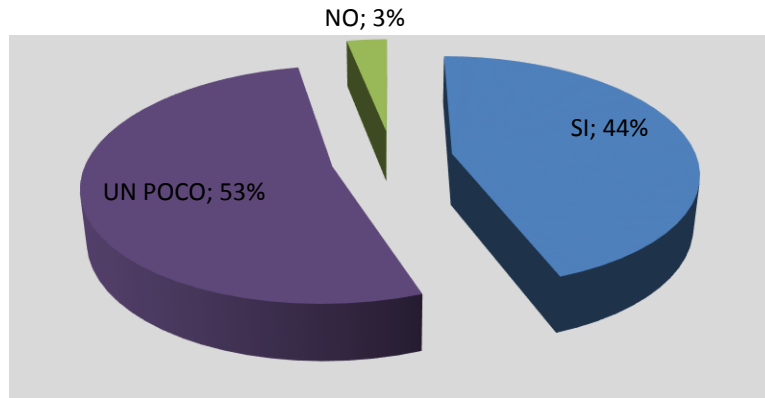
Cuadro N° 15: Pregunta 8

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	170	44,39%
UN POCO	201	52,48%
NO	12	3,13%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 15: Pregunta 8

¿La prensa escrita es confiable?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Este tema es determinante para la investigación, pues abre una puerta de salvación al periodismo convencional. Al preguntarles a los encuestados sobre la credibilidad de la prensa escrita, el 44% contestó que sí, el 53% un poco, pero tan solo un 3% considera que no, es decir, son más los que creen en el periodismo convencional que los que no.

Esta credibilidad se basa más en el medio que en el periodista, hablar de medios escritos es sinónimo de investigación, contrastación y producción de la información, es más real verla en este medio que leerla en la divulgación de contenidos de las plataformas digitales, sin embargo esto no quiere decir que la audiencia no sepa que cada medio se rige a una política y en base a esto da dirección a la noticia, pues los contenidos son subjetivos y los usuarios lo saben.

PREGUNTA 9:

¿Cree que la información de las Plataformas digitales (Periódicos on- line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias) son confiables?

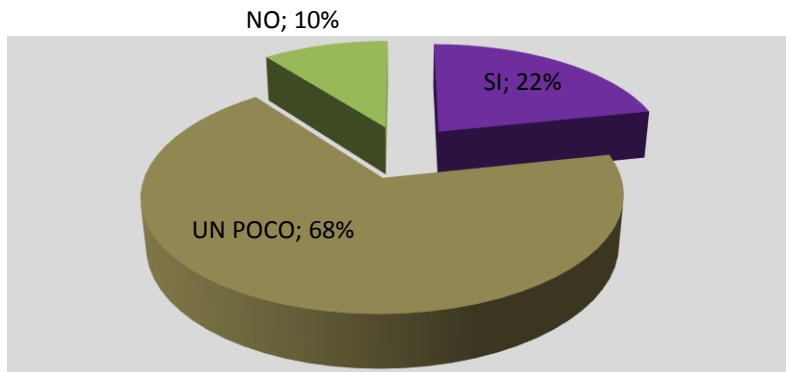
Cuadro N° 16: Pregunta 9

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	83	21,67%
UN POCO	260	67,89%
NO	40	10,44%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 16: Pregunta 9

¿Las plataformas digitales son confiables?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Este es el factor diferencial entre el periodismo digital y la prensa escrita “La Credibilidad”, tan solo el 22% de los encuestados cree en los contenidos de las plataformas digitales, el 68% duda entre su realidad, pues está inmerso el contenido entre periodistas y pseudo-periodistas que crean dubitativas en los usuarios, mientras que

el 10% definitivamente no cree en el periodismo digital, lo consume, lo interactúa, pero no es lo suficientemente real para apropiárselo.

Sin embargo la diversidad de contenidos existentes en las plataformas, permite a los usuarios navegar y contrastar información, es por esto que la cifra de los dudosos es mayor y esta posibilidad le mantiene vivo al periodismo digital.

Pregunta N° 10:

¿Cree que los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita) quedarán obsoletos por la llegada del periodismo digital (Periódicos on- line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias)?

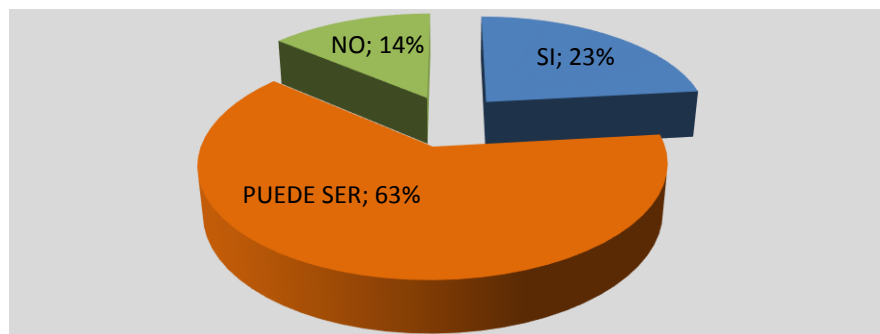
Cuadro N° 17: Pregunta 10

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	89	23,24%
PUEDE SER	241	62,92%
NO	53	13,84%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 17: Pregunta 10

¿La prensa escrita quedará obsoleta?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Esta pregunta va directa a los resultados de la investigación y era necesario conocer lo que la audiencia piensa, el 23% de los encuestados considera que sí, el periodismo tradicional va quedándose atrás de esta nueva era, mientras que el 63% deja la puerta abierta ante una posibilidad de renovación o decadencia, pero el 14% piensa que no, no obstante la cifra del sí es más alta, por lo que si se creía que los usuarios nunca dejarían de consumir la prensa estábamos equivocados.

Este 14% es el porcentaje que nos queda de fieles seguidores al periodismo convencional y aún se sigue pensando que ¿la prensa escrita no está en crisis?, es imprescindible hacer un reajuste al periodismo para evitar su decadencia.

Pregunta N° 11:

¿Cree que los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita) deben renovarse en contenido, presentación y crear una edición on-line?

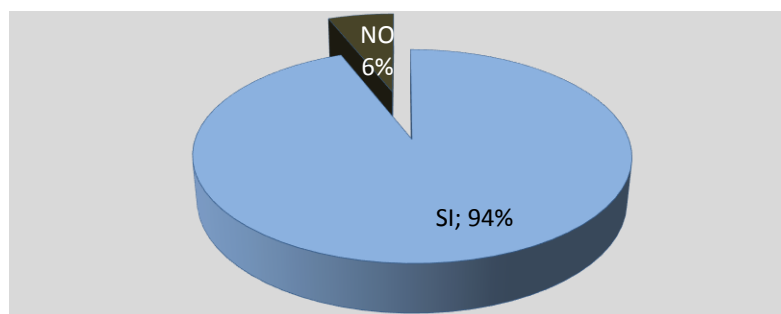
Cuadro N° 18: Pregunta 11

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	360	93,99%
NO	23	6,01%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 18: Pregunta 11

¿La prensa debería tener una edición on line?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Una de las opciones para revivirle al periodismo convencional, sería crear una edición online efectiva, pero ¿Están de acuerdo con esto las audiencias?

Pues el 94% de los encuestados respondió que sí, muchos estarían gustosos de seguirlos mediante esta herramienta, algunos argumentaron el por qué:

- Es más accesible, Innovación, Transformación y adaptación
- Nuevos públicos, Todo es digital

Todo se remonta a la adaptación y transformación, el periodismo va de la mano con la sociedad y la sociedad es dinámica sería ilógico que el periodismo se quede estático, no obstante el 6% cree que la prensa escrita no encaja en lo digital, por la tradicionalidad que ella mantiene, pues se rompería este vínculo, pero lastimosamente lo tradicional no va de la mano con lo dinámico.

PREGUNTA 12:

¿Cree que el periodismo de ahora es el mismo de hace 5 años?

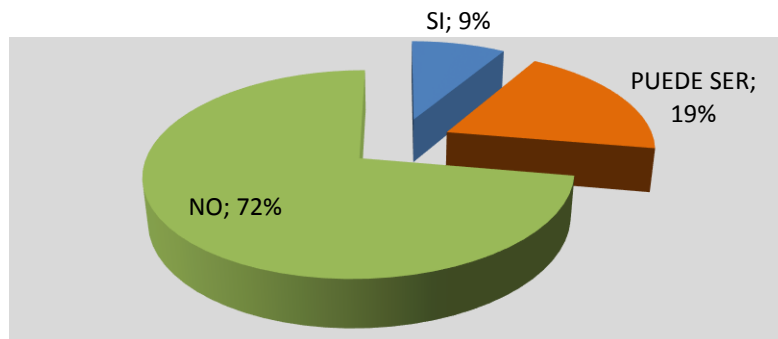
Cuadro N° 19: Pregunta 12

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	33	8,62%
PUEDE SER	73	19,06%
NO	277	72,32%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 19: Pregunta 12

¿El periodismo es el mismo de el hace 5 años?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Lo que se ha venido diciendo, el periodismo va con la sociedad y esta es dinámica y como tal deben evolucionar, el periodismo debe ir acorde con las tendencias para ofrecer a las audiencias una información de calidad, el 72% de los encuestados lo sabe, un 19 % duda al pensarlo, mientras que el 9% considera que es igual.

Son datos que ponen a pensar, los usuarios tienen conocimiento sobre esta crisis, están claramente definidos al pensar que la innovación, transformación y adaptación son cualidades que cualquier medio de comunicación debe incrementar para dar un mejor resultado.

Pregunta N° 13:

¿Cuál cree que es la raíz del problema, qué el periodismo no evolucione con la sociedad y tecnología?

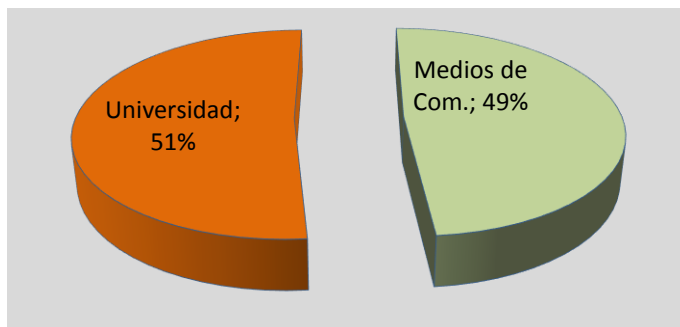
Cuadro N° 20: Pregunta 13

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Medios de Com.	168	48,58%
Universidad	179	51,42%
TOTAL	347	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 20: Pregunta 13

¿Cuál es la raíz del problema?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Esta última pregunta es opcional, pues no podrían responderla aquellos que creen que el periodismo convencional no está en crisis, sin embargo un gran porcentaje lo hizo. El 51% de los encuestados considera que la causa primordial de la decadencia de la prensa escrita, es a causa de las Universidades; la falta de profesionales competentes con conocimientos innovadores y creativos, no permite la evolución del periodismo.

Sin embargo en un porcentaje no tan alejado, consideran que la falta de ganas de innovar es de los medios de comunicación, el 49% alude que los medios estandarizados prefieren no invertir en un nuevo modelo de periodismo, pues creen que la prensa escrita nunca desaparecerá; lo cierto es que existe una crisis, las causas son diversas pero la problemática es una sola.

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista1:

Lugar: Diario “El Heraldó”

Nombre del Entrevistado: Rodrigo Gavilanes

Puesto: Editor General Diario “El Heraldó”

Cuadro N° 21: Entrevista 1

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	¿Cuál es la posición del medio en la sociedad?	Estamos relacionados directamente con el público y la gente, el periódico ya tiene 59 años en vigencia, está dedicado a informar correcta y verazmente; informamos lo que la gente quiere saber y nos interesa todo el público sobre: política, economía, historia, temas del mundo.	El diario el Heraldó es uno de los más antiguos y su tradición lo ha llevado mantenerse en los estándares de producción informativa, información que es dirigida a lo que el público quiere saber, pero ¿Ese contenido es lo que el público necesita?
2	¿Cómo está conformado “El Heraldó”	El periódico tiene dos secciones la A que tiene contenidos de la ciudad ya sea de política, crónica roja, turismo, interculturalidad, información de nuestros cantones y la B de deportes ya sea de la provincia o del mundo y por ultima la sección de clasificados, con un mínimo de 28 páginas, excepto los domingos que agregamos la sección cultural. En cuanto al organigrama estructural es: Área de gerencia – 12 Periodistas y un par de caricaturistas, Contabilidad, Ventas, Diagramación, Venta y Distribución.	El periódico está organizado por enfoques sociales dirigidos a un público directo, gracias a la información sectorizada por provincias, cantones permite crear una apropiación de los lectores, pues a la audiencia le interesa saber lo que está pasando en su alrededor.
3	¿La noticia que se presenta en el medio	Hay noticias que no se pueden propagar	Es lo que se ha hablado, la estandarización del medio

	impreso es inmediata?	directamente, porque se tiene una hora del cierre de edición, aunque tratamos de hacer lo posible para dar lo más rápido, aunque esta noticia se publique al siguiente día.	no permite a los lectores tener una inmediatez de los medios de comunicación, a pesar que el Heraldo trate de presentar lo más pronto, el periodismo digital ya lo hizo.
4	¿Cuentan con una edición on - line?	Manejamos una edición on-line porque es necesario e importante ir a la par con el proceso; nosotros contratamos un personal externo por falta de conocimiento, tenemos un profesional encargado de la página la verdad, pero para ser sincero desconozco cuantas visitas tenga, ni como este estructurado pero me imagino que está muy bien, pues personas del exterior nos visitan constantemente.	El gerente, está consiente que debe evolucionar con la tecnología y por esto ha creado una edición on line, sin embargo la difícil tarea fue encontrar a la persona que se encargue de manejar este espacio de una manera profesional. Sin embargo el propio gerente no sabe cómo está desarrollándose el diario on line, pues no sabe el número de visitas que tiene y peor aún el contenido que se procesa.
5	¿En relación hace unos 5 años atrás, se ha notado algún cambio en la venta y difusión del periódico?	Para ser sincero, ¡Sí! he notado una diferencia, tal vez en un 30% y no niego que esa cifra siga bajando; por lo general un día de circulación son de 10.000 ejemplares, a pesar que antes fluctuaba entre los 12000 a 13000, es una realidad, tomando en cuenta que solo distribuimos para la provincia de Tungurahua.	Si hay algo que resaltar de su intervención es la sinceridad, pues está consiente que su diario ha sentido una afectación en los últimos años, sus ventas y lectores han disminuido y no dudad que sea producto del ciberperiodismo.
6	¿Debemos conformarnos con este porcentaje de audiencia que cada	Si de algo estoy seguro es que debemos inventarnos algo para este problema, pues las redes sociales	Manifiesta que es necesario e importante, crear una nueva manera de hacer periodismo para recuperar

	vez va reduciendo?	demandan una gran cantidad de tiempo y algún rato la gente se va a dar cuenta, porque también se invierte dinero y por una información en pastilla, la ventaja de nuestro medio es que los contenidos son más profundos y debemos aprovechar eso.	el mercado informático, pues descrita las desventajas que el periodismo digital presenta y que de eso podemos desplegar cualidades para recuperar a la prensa escrita.
7	¿Considera que el medio impreso tiene credibilidad ante la audiencia?	Partamos de algo que está ocurriendo, la cabeza del país empezó a criticar a los medios y a quitarle credibilidad, la gente cree más en el líder y no en nosotros. Podría ser un problema globalizado, porque la gente quiere otras formas de informarse por medio de videos y con el periódico no se puede hacer eso, se ha perdido la cultura de la lectura; los niños de ahora saben utilizar un teléfono pero no un libro; se sigue perdiendo el interés del periódico	El entrevistado centro su ideología en la política, aludiendo que el culpable de la baja credibilidad de la prensa escrita es el gobierno, es decir ¿Los medios de comunicación dependen del gobierno en turno? Es importante resaltar que en su respuesta incentiva a la lectura pero acaso ¿En notas periodísticas no requieren de lectura? ¿El papel es el único medio de lectura? son dubitativas que llegan a la mente y dejan mucho que desear de los dirigentes periodísticos.
8	¿Los medios impresos brindan información con rapidez, objetividad y veracidad?	En el medio escrito se pueden informar de lo que pasó ayer, pero con una investigación a profundidad, pero con el periódico se puede archivar, consultar noticias de todos los tiempos, en las Plataformas digitales los contenidos son fugaces.	Se supone que el papel fundamental de los medios impresos es informar con rapidez, pues lo que ´paso ayer ya no es noticia, sin embargo el entrevistado considera que el rol de la prensa cambio, ahora informa a profundidad las noticias.

9	<p>Sí la información del periódico se la presenta al siguiente día de lo ocurrido, entonces ¿La prensa escrita son medios complementarios y no primarios?</p>	<p>Hay noticias que si ayudan a complementar, es más la mayoría de información son complementarias, sin embargo hay un nicho de audiencia que aún no utilizan las plataformas digitales y ellos son quiénes se informar por nuestro medio.</p> <p>Ahí está el gran reto de todos los medios que sufrimos esto, debemos inventarnos otra forma de periodismo para que llame la atención, algo nuevo se nos tiene que ocurrir.</p>	<p>El líder del diario más antiguo de la ciudad de Ambato, acepta que existe una parte que el periodismo digital no puede llegar y que desean enfocarse en el, es decir la prensa escrita se ha convertido en un medio de completo para el ciberperiodismo, ha perdido su primicia informativa.</p>
10	<p>¿El medio impreso debe renovarse?</p>	<p>Claro que tiene que renovarse y tenemos que renovarnos; de hecho lo estamos haciendo. Renovamos el personal capacitándolo, pero los periodistas no tienen conocimiento de este tipo de plataformas, no es todo nuestra culpa.</p> <p>Ustedes deben salir con otra mentalidad, no con la del periodismo atrasado ayúdenos en eso, como nuevos periodistas exijan una nueva educación, que les actualicen conocimientos en lo que hay de nuevo, porque si nos estamos quedando atrás</p>	<p>El entrevistado considera que es importante la actualización y renovación del medio, ya sea en producción de contenidos y en su difusión, pero alude que este reto se basa en los nuevos periodistas más que en el propio medio de comunicación, pues los próximos profesionales de la información son el futuro real de prensa escrita.</p>

11	<p>¿Qué tan fácil es encontrar una persona con conocimientos en periodismo digital, para la página web del diario</p>	<p>No es nada fácil encontrarla, hay gente que tiene conocimientos particulares, pero especializados no mucho. Dejemos de lado el periodismo de: entrevista y transcripción, porque también se incluye programación neurolingüística y nuevas formas de contar las noticias.</p>	<p>Volvemos a corroborar la hipótesis, existen medios impresos que desean renovarse pero no encuentran a la persona indicada y decidida en hacerlo, aunque es importante el trabajo en equipo, siempre debe existir el empuje del cañón y en este caso es el nuevo ciberperiodista.</p>
----	--	--	---

Fuente: Investigadora

Entrevista 2:

Lugar: Diario “El Heraldo”

Nombre del Entrevistado: CARLOS ANDRES TORRES

Puesto: EDITOR DIGITAL DIARIO EL HERALDO

Presentación:

Me encuentro a cargo del manejo de redes sociales y página digital del diario “El Heraldo” soy Licenciado en Comunicación y medios digitales, trabajo desde hace 2 años en realidad, pero recientemente lo estoy haciendo con fuerza.

Cuadro N° 22: Entrevista 2

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	<p>¿Existe alguna diferencia entre, periodismo y periodismo digital?</p>	<p>No es lo mismo, en el medio impreso no se puede actualizar las noticia, pero en lo digital se lo puede hacer en cualquier momento; las notas digitales no son las mismas, pues en lo on- line es menos texto y más audiovisual e</p>	<p>La diferencia en contenido y producción de noticias entre el periodismo digital y el convencional, afianza las cualidades multimedias que el ciberperiodismo posee.</p>

		hipervínculos, se maneja mucho la interactividad.	
2	¿Cómo está diseñada la página web del diario?	Es una página activa y aspiro en diciembre cambiarla, para tener más interactividad y sea más visual, que contenga más con hipervínculos y así poder vincular con otras plataformas para reforzar la noticia en base a texto, audio y video; y tal vez en unos 5 o 10 años poder manejar una correcta redacción web, como “El Comercio”.	El entrevistado está consiente, que a pesar de su arduo trabajo no ha podido tener el resultado que esperaba, pues aspira en los próximos años lograrlo. Además afirma que el periodismo digital permite reforzar de manera audiovisual las noticias.
3	¿El periodismo apunta a ser digital?	Obviamente el periodismo apunta a eso, es bueno tener una base histórica del periodismo pero hay que crear nuevas generaciones de periodismo; ya no es necesario cubrir noticias con reportero y camarógrafo, el nuevo periodista lo hace todo con un celular, incluso hacer transmisiones en vivo;	Considera que es importante mantener las raíces del periodismo, pero que la meta es lo digital. Las facilidades que este brinda son más factibles que el periodismo convencional, el hacer noticias se convierte en un acto más

		<p>debemos actualizar a los periodismo de antaño.</p> <p>Y esto es lógico, si quieres ser buen periodista debes aprender a manejar bien redes sociales, plataformas digitales y aplicaciones rápidas; el internet nos ayuda a hacer una investigación más profunda.</p> <p>El futuro del periodismo está en lo digital, es así, mi miedo aquí es que en unos 10 años no evolucionemos y no dar nuevas noticias.</p>	<p>personalizado y profundo.</p> <p>Espera que en unos años evolucione más, pero sobre todo que los próximos periodistas sepan manejar redes sociales con fuente de información periodísticas y no solo de entretenimiento.</p>
4	¿Qué tan rentable es el periodismo digital?	<p>Ahí es cuando digo que la prensa escrita todavía no muere, porque no tenemos como financiar las páginas web, sin embargo el diario tiene un público de 30 años para arriba y con las páginas web lo que queremos es: jalar a los jóvenes.</p>	<p>Al hablar de financiamiento es cuando empieza la dubitativa de crisis, pues aún no se ha cubierto ese sector en el ciberperiodismo, sin embargo el índice de lectores crece.</p>
5	¿Es adecuado fusionar el	<p>Usamos Facebook para ganar a los jóvenes,</p>	<p>El entrevistado hace una importante</p>

	<p>periodismo digital con el periodismo convencional?</p>	<p>posteamos noticias para que nos repliquen los nuevos consumidores; por el momento tenemos una buena aceptación en la página web.</p> <p>La gente exige que tengamos otro tipo de formatos en los que vinculemos el texto con el video, a veces pecamos en postear el mismo contenido del papel a lo digital, es porque aún no tenemos una cultura digital; todo depende del formato de la página web y que alcances nos da.</p>	<p>aclaración pues ambos medios se dividen por públicos objetivos, si bien es cierto que los jóvenes tienen la mayor interactividad en las plataformas digitales que en la prensa y es mediante la versión on line en la cual se busca engancharlos con el diario.</p>
<p>6</p>	<p>¿Existe una competencia entre los periodismos?</p>	<p>Es depende como vendemos la marca y las noticias, las estrategias que utilizan muchos medios, en España no te dan reportajes bien trabajados, a diferencia de los que puedes presentar en la web y los pagas para poder leer. Sin embargo, el momento que pagamos para ver</p>	<p>Señala que no existe una competencia clara, más bien depende como cada uno lo quiera ver, sin embargo si existe una competencia es imprescindible dejarla de lado, es mejor fusionarse para que los ganadores no sea el medio sino la audiencia.</p>

		algún contenido on line, lo dejamos de leer y se van por la competencia; podemos unir los dos periodismos pero nunca vamos a ganar, siempre vamos a perder una parte.	
7	¿Cuál es tu objetivo como periodista digital en este medio?	Hacer que la página web crezca, a pesar que disminuyan los lectores del periodismo impreso y esta es la contradicción; es como crear un nuevo medio con otro tipo de contenido. La idea es reforzar, los lectores que no consumen el periódico, consuman nuestra página web y así mantener vivo a “El Heraldó”	El objetivo del periodista digital en un medio impreso con versión on line, es que este crezca su audiencia, pero donde realmente quedaron las ganas de revolucionar contenidos para informar y culturizar a la audiencia.
8	Qué estrategia de financiamiento puede mantener un periódico on line?	Publicidad, con agencias que les interese pautar en una página web y entra aquí un tema de mercadeo, pues la publicidad de la web le beneficia al medio en general, todo depende del nicho al que	El foco de financiamiento de un medio es la publicidad, el pautaaje, sin embargo existen otras técnicas como organizar eventos para financiar la participación del medio

		<p>apuntamos; se puede organizar incluso festivales para financiar el medio online, como es el ejemplo de “RADIO COCOA” (Radio quiteña) que se financiaba con carpazos y así se unen las empresas que quieren llegar al nicho que se maneja.</p> <p>Crowfondig, pagar para continuar leyendo; tenemos que idearnos estrategias para vender nuestro contenido y financiarnos, en base a una buena página web.</p>	digital en la sociedad, ganando audiencia y recursos.
--	--	--	---

Fuente: Investigadora

Entrevista 3:

Lugar: Taller de comunicación

Nombre del Entrevistado: Martin Melo

Puesto: Comunicador audiovisual y multimedia en el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable

Cuadro N° 23: Entrevista 3

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	¿Las plataformas digitales son un medio de comunicación?	Desde la existencia de la web 2.0, los usuarios ya tienen mayor interacción a través de las redes sociales que es el nuevo método de	El entrevista ratifica que la sociedad es dinámica, por lo tanto el periodismo lo debe ser y gracias a esta

		<p>comunicación que utiliza la sociedad actual, a partir de esto las redes sociales son un fenómeno social que ha causado la adaptación de los usuarios, los tipos de relaciones van cambiando. Todo lo que gira en torno a la sociedad va cambiando y por ende el periodismo cambia</p>	<p>manera de difundir los contenidos, crea dinamismo y adaptación a las audiencias y sobre todo a los periodistas.</p>
2	<p>¿Considera que la prensa escrita va en descenso o en ascenso?</p>	<p>Los medios convencionales siguen aún teniendo dominio por el acceso y la credibilidad, sin embargo esto depende al sector en el cual frecuentamos, pero de que su circulación ha bajado es evidente, por el acceso a medios digitales va creciendo.</p>	<p>Es algo real, la prensa escrita es tradicionalista y creíble para las audiencias, pero esto no quiere decir que el periodismo digital no se convierta en el cambio que las audiencias necesitan.</p>
3	<p>¿Cómo los usuarios desean informarse?</p>	<p>Por medio de la web incluso tenemos acceso a visitarles por medio de su plataforma digital (periódico on line), ahora no hay medio que no tenga su espacio virtual. Es más cómodo usar un celular e informarse de lo que está sucediendo, que salir de la casa a comprar un</p>	<p>Reitera la tendencia baja para la prensa escrita, pues la facilidad, acceso pero sobre todo comodidad le hace liderar al periodismo digital, es por tanto que el futuro periodista está encargado de renovar</p>

		<p>periódico.</p> <p>Tendencia baja para la prensa escrita.</p>	<p>y actualizar conocimientos, para no quedarse como dinosaurios de la comunicación.</p>
4	<p>¿Por qué se torna atractivo el contenido en plataformas digitales?</p>	<p>Ahora se torna atractiva la parte on line, porque tenemos la facilidad de explicar temas que no puedes hacerlo por escrito sino a través de plataformas audiovisuales y que se vuelve atractivo.</p> <p>Si un medio convencional quiere mantenerse debe hacer un análisis muy profundo de su gente, para encontrar un mecanismo que enganche ese es el reto de los medios para poder salvar su circulante que es prácticamente el negocio de toda la vida “la venta de periódicos físicos”</p>	<p>La parte on line es atractiva a la vista del consumidor, por su manera didáctica de informar, crea en el enganche con la audiencia y destruye el modelo de negocios de la prensa escrita.</p>
5	<p>¿Cuál es la clave para revivir al periodismo convencional?</p>	<p>Ampliar el espectro de comunicación, crecimiento de lo digital y la caída de lo convencional y es un problema a nivel global y hasta que no se encuentre un nivel intermedio no sabremos</p>	<p>Ampliar las formas de difundir y renovar contenidos, acompañados de la creatividad e innovación de un buen periodista, permitirá</p>

		<p>como sobrellevar este problema, pero el contenido es la pieza clave.</p> <p>La comunicación va evolucionando la clave es experiencia + creatividad = resultados los nuevos periodistas son quienes van a salvar a la comunicación</p>	<p>ver de diferente manera a la prensa escrita.</p>
6	<p>¿Por qué consideras que se ha perdido la costumbre de comprar el periódico?</p>	<p>“Yo como comunicador casi nunca compro un periódico, la última vez que compre uno fue en mi época de colegio hace unos 10 años atrás, porque nunca tuve la necesidad de comprarlo”</p> <p>El diseño es igual al de antes, la mayoría son periódicos políticos, nuestras generaciones son visuales, modificar contenidos.</p>	<p>El estereotipo que maneja la prensa escrita es el mismo, no se ha realizado un cambio que renueve la forma de presentar y hacer contenidos noticiosos y es lo que las audiencias reclaman.</p>

Fuente: Investigadora

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El rediseño de la producción de contenidos y modelos de negocios de la prensa escrita, permitirá el desarrollo del periodismo convencional, pues el periodismo digital se conforma como un complemento y permite adherir recursos, herramientas y plataformas multimedia para el desarrollo de contenidos antes unas audiencias prosumer.

A continuación se planteará el método estadísticos del Chi Cuadrado (X^2), para la verificación de la hipótesis, se ha tomado tres preguntas muestra importantes 3, 4 y 6; pues permiten el desarrollo estadístico.

Hipótesis General

La prensa escrita de la ciudad de Ambato atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

Hipótesis para Chi Cuadrado

Hipótesis Nula: La prensa escrita de la ciudad de Ambato no atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

Hipótesis de Investigación: La prensa escrita de la ciudad de Ambato atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital.

Ecuación de cálculo del Chi Cuadrado:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

En el cual:

O: Frecuencias observadas

E: Frecuencias esperadas

Grados de libertad:

Los grados de libertad se comprueban en base a la ecuación establecida en función de los datos tabulados, como resultado de las encuestas:

$$gl = (\#filas - 1) * (\#columnas - 1)$$

$$gl = (3 - 1) * (2 - 1)$$

$$gl = (2) * (1)$$

$$gl = 2$$

Cálculo de frecuencias observadas:

a) Frecuencias Observadas

Cuadro N° 24: Frecuencias Observadas

Variables		Prensa Escrita	Periodismo Digital	TOTAL
3	¿Con qué medio de comunicación prefiere informarse a diario?	102	281	383
4	¿Qué medio cree que brinda la información rápida, importante, entretenida y accesible?	88	295	383
6	¿Cómo le gusta informarse (texto y fotos o contenidos multimedia e hipertextuales)	119	264	383
Total		309	840	1149

Fuente: Investigadora

b) Frecuencias esperadas

$$\text{Prensa Escrita} = 309 * 383 / 1149 = 103$$

$$\text{Periodismo Digital} = 840 * 383 / 1149 = 280$$

Cuadro N° 25: Frecuencias esperadas

Variables		Prensa Escrita	Periodismo Digital	TOTAL
Preguntas seleccionadas				
3	¿Con qué medio de comunicación prefiere informarse a diario?	103	280	383
4	¿Qué medio cree que brinda la información rápida, importante, entretenida y accesible?	103	280	383
6	¿Cómo le gusta informarse (texto y fotos o contenidos multimedia e hipertextuales)	103	280	383
Total		309	840	1149

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 26: Cálculo del Chi Cuadrado

ALTERNATIVAS		O	E	(O-E)	$(O - E)^2$	$(O - E)^2/E$
3	Prensa escrita	102	103	-1	1	0,00971
	Periodismo Digital	281	280	1	1	0,00357
4	Prensa Escrita	88	103	-15	225	2,18447
	Periodismo Digital	295	280	15	225	0,80357
6	Prensa Escrita	119	103	16	256	2,48544
	Periodismo Digital	264	280	-16	256	0,91429
					X²	6,40104

Fuente: Investigadora

Para la verificación total de los datos obtenidos en el Chi Cuadrado con la hipótesis de investigación, se comprobó la desviación de los valores en función del nivel de confiabilidad del 95% y el grado de libertad del 2, comparando los resultados con el siguiente cuadro:

Cuadro N° 27: Distribución del Chi Cuadrado Tabular

TABLA DE DISTRIBUCIÓN - CHI CUADRADO TABULAR - X ² Tab.															
GL \ Conf.	0,01	0,05	0,1	0,2	0,25	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,75	0,8	0,9	0,95	0,99
2	0,02	0,103	0,211	0,446	0,575	0,713	1,022	1,386	1,833	2,408	2,773	3,219	4,605	5,991	9,21
3	0,115	0,352	0,584	1,005	1,213	1,424	1,869	2,366	2,946	3,665	4,108	4,642	6,251	7,815	11,34
4	0,297	0,711	1,064	1,649	1,923	2,195	2,753	3,357	4,045	4,878	5,385	5,989	7,779	9,488	13,28
5	0,554	1,145	1,61	2,343	2,675	3	3,656	4,351	5,132	6,064	6,626	7,289	9,236	11,07	15,09
6	0,872	1,635	2,204	3,07	3,455	3,828	4,57	5,348	6,211	7,231	7,841	8,558	10,64	12,59	16,81
7	1,239	2,167	2,833	3,822	4,255	4,671	5,493	6,346	7,283	8,383	9,037	9,803	12,02	14,07	18,48
8	1,647	2,733	3,49	4,594	5,071	5,527	6,423	7,344	8,351	9,524	10,22	11,03	13,36	15,51	20,09
9	2,088	3,325	4,168	5,38	5,899	6,393	7,357	8,343	9,414	10,66	11,39	12,24	14,68	16,92	21,67
10	2,558	3,94	4,865	6,179	6,737	7,267	8,295	9,342	10,47	11,78	12,55	13,44	15,99	18,31	23,21
11	3,053	4,575	5,578	6,989	7,584	8,148	9,237	10,34	11,53	12,9	13,7	14,63	17,28	19,68	24,73
12	3,571	5,226	6,304	7,807	8,438	9,034	10,18	11,34	12,58	14,01	14,85	15,81	18,55	21,03	26,22
13	4,107	5,892	7,041	8,634	9,299	9,926	11,13	12,34	13,64	15,12	15,98	16,98	19,81	22,36	27,69
14	4,66	6,571	7,79	9,467	10,17	10,82	12,08	13,34	14,69	16,22	17,12	18,15	21,06	23,68	29,14
15	5,229	7,261	8,547	10,31	11,04	11,72	13,03	14,34	15,73	17,32	18,25	19,31	22,31	25	30,58
16	5,812	7,962	9,312	11,15	11,91	12,62	13,98	15,34	16,78	18,42	19,37	20,47	23,54	26,3	32
17	6,408	8,672	10,09	12	12,79	13,53	14,94	16,34	17,82	19,51	20,49	21,61	24,77	27,59	33,41

Fuente: (Alberto, 2005)

Según los datos obtenidos en el cuadro N° del Chi Cuadrado tabulado es 6,40104, por lo que el valor del X² cal (Chi Cuadrado calculado) es mayor en relación al X² tab (Chi Cuadrado tabulado), esto permite determinar descartar la hipótesis nula y acceder a la hipótesis de investigación en la que señala “La prensa escrita de la ciudad de Ambato atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo digital”

Por lo cual se comprueba que la verificación de la hipótesis es aceptada, es decir, con los datos obtenidos de las encuestas se determinó la crisis informativa de la prensa escrita, pues el periodismo convencional atraviesa una era digital, la cual engloba diferentes audiencias, procesos de creación de contenidos y difusión de información.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de un análisis realizado sobre a las proporcionalidades que nos ofrece cada una de las variables, en relación a sus ventajas y desventajas en la problemática social que atraviesan, se ha podido detectar las siguientes conclusiones que darán paso a la exposición de las debidas recomendaciones:

Conclusiones:

- El futuro de la prensa escrita se encuentra en peligro, no por su desaparición, sino por la pérdida de cualidades como: credibilidad, rapidez, inmediatez, veracidad, investigación y presentación de contenidos, que causa un desaliento para sus lectores, quiénes poco a poco migran al ciberperiodismo.
- La prensa escrita ha dejado de ser útil para los usuarios ambateños, quiénes buscan nuevas plataformas de comunicación para informarse de mejor manera, el periodismo convencional ha dejado de ser atractivo e informativo.
- La crisis informática que atraviesa la prensa escrita de la ciudad de Ambato, puede dar un paso positivo a una renovación del periodismo convencional y así fortalecer la producción y modelo de negocios de las empresas informativas.
- Los periódicos digitales, redes sociales, blogs y demás plataformas digitales de información, son consideradas por los usuarios una fuente directa de comunicación, es más lo prefieren en relación a la prensa escrita por su accesibilidad, alcance, formatos y herramientas.
- El ciberperiodismo, brinda un aliento renovado y diferente al periodismo convencional, gracias a sus herramientas, narrativas, pues permite suplir las necesidades de las actuales audiencias, que buscar apropiarse y ser parte de las historias.
- Las audiencias ambateñas buscan ser parte de la información, no están dispuestas solo a consumirlas, son audiencias prosumer capaces de

- comentar, compartir, criticar y valorar las noticias y esto es parte de la libertad de expresión que el usuario debe tener en el mundo del periodismo.
- Definitivamente, la estandarización del medio impreso no le permite desarrollar defensas ante las posibilidades que el ciberperiodismo brinda, la inmediatez, calidad, renovación e investigación son cualidades que en la prensa escrita ya no se la divisa, su apogeo político- económico irrumpe su labor periodística.
- Sin embargo, el más grande foco de credibilidad se lo lleva la prensa escrita, aún existen usuarios comprometidos por el periodismo, la *tradicionalidad* es la luz que no permite el declive directo de la prensa escrita, pues la diversidad de contenidos existentes en las plataformas digitales causa duda en los usuarios.
- La culpa de la renovación del periodismo convencional, no se centra en los medios de comunicación, sino en la escasa demanda de profesionales capaces de remediar estas acciones, nuevos periodistas con conocimientos sobre el ciber mundo y las necesidades de las audiencias prosumer; periodistas comprometidos con la ciudadanía y su profesión.
- Finalmente, Los resultados muestran que los actuales periodistas no son capaces de solventar estas necesidades, pues las mallas curriculares y ofertas académicas no se encuentran actualizadas, entonces ¿Cómo pretendemos formar profesionales competentes? y es aquí en donde radica el problema central.

Recomendaciones:

- Desarrollar estrategias que permitan recobrar la credibilidad de los lectores, tomando en cuenta el desarrollo de diarios on line para llegar a aquellos sectores que están englobados con la tecnología y así difundir contenidos inmediatos.

- Empezar a crear esa necesidad en los usuarios para adquirir el periódico impreso, tal vez con contenidos diferentes, presentaciones innovadas que despierten la curiosidad en las audiencias.
- La prensa escrita debe estar consciente que estamos en una época donde prima la tecnología, sin embargo, los medios impresos deben aprovechar estas tecnologías a su favor, experimentar nuevos métodos de comunicar sin dejar de perder la esencia del periódico (tradicionalidad).
- Es inminente que un gran porcentaje de usuarios prefieren las plataformas digitales, con la ayuda de una versión actualizada on line bien diseñada, se puede cubrir los vacíos que la prensa no puede y así enganchar a los usuarios hacia ese medio impreso.
- Los nuevos profesionales del periodismo, pueden ver en el ciberperiodismo una nueva forma de contar historias, a través de herramientas multimedia que permitan la interactividad con las audiencias; reforzar este campo profesional es el desafío del periodista.
- Los medios de comunicación aparte de ser escritos o digitales, deben crear espacios de interacción con las audiencias, esto reforzará el contacto ciudadano y la apropiación del medio con su usuario; espacios en los que las audiencias puedan comentar, valorar y aportar con la noticia y más aún si se crean entrevistas directas con los periodistas.
- Si hay algo con lo que no pueden luchar la prensa escrita es la estandarización, pero si empiezan a utilizar herramientas digitales que complementen su diario ayudaría a mantenerles mejor informados a sus usuarios, es decir un diario on line, páginas en redes sociales que informen cuando el papel no pueda hacerlo, permitirá fortificar el enlace con sus seguidores.
- Dos de las cualidades con las que la prensa escrita está sobre el ciberperiodismo, es la credibilidad y tradicionalidad, estos grandes recursos más una innovación de formatos, contenido, difusión y producción permitirá el cambio del periodismo convencional.

- Los nuevos profesionales de la comunicación tienen el deber de capacitarse, dejar atrás la vieja escuela; su creatividad e innovación dará el realce al nuevo periodismo; Preparación y Autoactualización serán las cualidades de un buen periodista.
- Esta es la tarea de los dirigentes académicos, reformar mallas curriculares y ofertas académicas, dotar a la formación de los periodistas nuevos conocimientos, dejar a un lado los conocimientos dinosaurio y entender que el periodismo es dinámico, que necesitamos nuevos métodos y herramientas para enfrentar el ciber mundo.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS

Tema:

Capacitaciones sobre narrativas transmedia con herramientas y recursos para enfrentar el periodismo digital y audiencias prosumer.

Unidad Ejecutora:

Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Beneficiarios:

- Estudiantes interesados en capacitarse y Actualizarse sobre el Ciberperiodismo.
- Profesionales interesados en renovar medios convencionales
- Audiencias y lectores
- Medios convencionales de comunicación
- Carreras de Comunicación Social y Periodismo

Ubicación:

Universidad Técnica de Ambato campus Huachi, Ambato- Ecuador

Tiempo Estimado para la Realización:

Duración del taller: **cuatro meses (160 horas)**

Horarios:

- Lunes a viernes: 19:00-21:00
- Sábados: 7:00-13:00 / 14:00-18:00

Equipo Técnico Responsable:

- Investigadora: Kelly Anabel Arévalo
- Autoridades Competentes en el área.

Costo:**Cuadro N° 28: Costo de contratación de personal por horas**

CUATRO MESES		
DOCENTES	HORAS (USD 12,50)	VALOR (USD)
Docente 1	128	1,600
Docente 2	128	1,600
Docente 3	64	800
TOTAL:	320	4,000

Fuente: Investigadora

Inscripciones:

Son talleres de capacitación para un mínimo de 15 estudiantes:

Cuadro N° 29: Cuadro de costo y número de inscritos

N°	Participantes	Tiempo (horas)	Costo c/d (USD)	Costo Total (USD)
6	Estudiantes	160	240	1,440
7	Docentes	160	320	2,240
2	Externos	160	400	800
Total:				4,480

Fuente: Investigadora

Ingresos y Egresos:

Tomando en cuenta que el taller tendrá un mínimo de 15 participantes, para los cuatro meses de duración:

Cuadro N° 30: Cuadro de ingresos y egresos del taller

Egresos		Ingresos	
Rubros	Costos (USD)	Rubros	Costos (USD)
Pago docentes	4,000	Inscripciones	4480
Certificados	150		
Varios	100		
TOTAL:	4,250		4,480

Fuente: Investigadora

Certificaciones:

Los participantes recibirán un certificado avaladas por organismos educativos: **SENESCYT y UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**, que les permitirá reforzar sus títulos académicos y fortalecer conocimientos.

Costo del taller para la Carrera de Comunicación Social: USD 4,250.

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA:

Con el informe del proyecto, en el que se investiga si ¿La prensa escrita atraviesa una crisis informativa con la llegada del periodismo digital?, se dedujo que efectivamente la prensa escrita atraviesa una era difícil para la producción de contenidos y en modelo de negocios, los factores son innumerables: la falta de credibilidad ante los lectores, las nuevas audiencias prosumer (audiencias que proponen, valoran y comentan noticias, no

solo consumen), las alternativas de comunicación que brindan mejor los contenidos noticiosos como las del periodismo digital o ciberperiodismo.

El ciberperiodismo es considerado otro medio de comunicación que ha causado la migración de lectores de la prensa escrita, sus herramientas, formatos entretenidos, contenidos multimedia (texto, fotografía, video), diversidad de fuentes ha puesto en desventaja a la prensa escrita con su ortodoxa manera de informar; como resultado de la investigación, se determinó que sin embargo la gran causa es la falta de profesionales competentes, con conocimientos nuevos en medios digitales, apasionados por su profesión y dispuestos a innovar la forma de producir y difundir información.

Por lo tanto, no se puede cerrar los ojos ante esta realidad, la prensa escrita atraviesa una crisis sujeta a un cambio y los profesionales de la comunicación tienen la potestad de incentivar estos procesos, pues son los actores directos.

Las audiencias prosumer necesitan contenidos renovados, ideas diferentes, noticias que les permitan, aprehender sin importar la herramienta o la plataforma; los recursos que el periodismo digital brinda enriquecen la comunicación, el presentar noticias con texto, fotografías, audios y videos le da una nueva perspectiva al periodismo y los futuros periodistas no pueden desaprovechar estas bondades, pues recordemos que si un medio impreso no difunde la noticia con rapidez y buena presentación algún ciberperiodista lo hará.

JUSTIFICACIÓN:

Es inminente determinar que uno de los causales para la crisis informativa de la prensa escrita de la Ciudad de Ambato, es la falta de profesionales capacitados y actualizados para reavivar las cualidades del periodismo, con conocimientos frescos y creativos que relentizan el proceso de transformación.

Es importante apostar por conocimientos en periodismo digital, la redacción para medios digitales es escaso, adicionando que las herramientas y recursos son desconocidos; hay que tomar en cuenta que las audiencias nuevas tienen otras necesidades en comparación con tiempo antiguos, causando que migren al periodismo digital para satisfacerlas, pues la instantaneidad, comodidad, acceso y diversidad de información que este brinda atrae las masas, pero ¿Qué ocurre cuando los futuros periodistas no conocen sobre las narrativas y recursos para producir contenidos en medios digitales? el periodismo lamentablemente se estanca.

Los medios impresos piden a gritos, profesionales competentes con deseos y conocimientos en renovación, pues están dispuestos en apostar por un cambio para no dejar morir al periodismo convencional; un futuro profesional con conocimientos en periodismo y periodismo digital, tendrá la capacidad de crear y elaborar estrategias, que renueven la presentación de contenidos en los medios impresos, fusionar tal vez las plataformas digitales con los periódicos.

No es una utopía, es simplemente aceptar que vivimos en una nueva era, y que nuestros usuarios lo merecen y los periodistas lo necesitan, para así enfrentar de una mejor manera el ciber mundo y no morir en el intento.

El apoyo de las carreras de comunicación social y periodismo es fundamental para dar este gran paso, el mejorar las ofertas académicas y la formación de profesionales competentes es un trabajo conjunto con resultados increíbles.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General:

- Desarrollar las habilidades, competencias y creatividad de periodistas, en la producción y presentación de contenidos, dirigidos a solventar necesidades de audiencias prosumer.

Objetivos Específicos:

- Enseñar las nuevas narrativas transmedia, contenidos en: texto, fotografía y video para fortalecen la investigación periodística.
- Difundir el monitoreo constante de contenidos y reacciones
- Idear espacios de contacto ciudadano entre periodistas-audiencia, para interactivar la comunicación, comprendiendo las necesidades de los lectores.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Ambato tiene como misión y visión formar profesionales competentes, innovadores que solventen las necesidades del país, la propuesta del proyecto es totalmente factible, pues no dudarán en hacer lo que esté a su alcance para cumplirlo.

Misión: *Formar profesionales líderes competentes en el ámbito de la Comunicación Social con visión humanista-integrador, socializante, y crítico, a través de la investigación y la vinculación que apliquen y difundan el conocimiento, respondiendo a las necesidades del país..* (Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, 2017)

Visión: *La carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, por sus niveles de excelencia, se constituirá en una unidad académica de formación superior con liderazgo y proyección nacional e internacional a través del manejo contextualizado de los procesos de comunicación social.* (Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, 2017)

La Unidad académica que brinda la Carrera de Comunicación Social prioriza la investigación y renovación de conocimientos, por lo que esta propuesta cubre los aspectos que priorizan al desarrollo de una educación y formación de calidad, los cursos de capacitación para estudiantes y profesionales interesados en capacitarse y actualizarse, brinda la certeza y certificación para la Carrera de Comunicación Social y para la Facultad de ser un ente competitivo y de desarrollo.

Además, permite crear profesionales con habilidades necesarias para enfrentarse al periodismo digital y las audiencias prosumer, su desempeño laboral, profesional y estudiantil mejorará en gran magnitud, pues solventará las actuales necesidades y permitirá el tan anhelado progreso del periodismo convencional.

Los directores de medios de comunicación, están dispuestos en apostar por periodistas que renueven contenidos y formatos, para reavivar la prensa escrita y fusionarse con las bondades del periodismo digital; los lectores por su parte anhelan tener fuentes de información directa, con contenidos innovadores, profundos, entretenidos y en varios formatos.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:

Capacitaciones sobre: “Narrativas Transmedia con Herramientas y Recursos para enfrentar el Periodismo Digital y las Audiencias Prosumer”

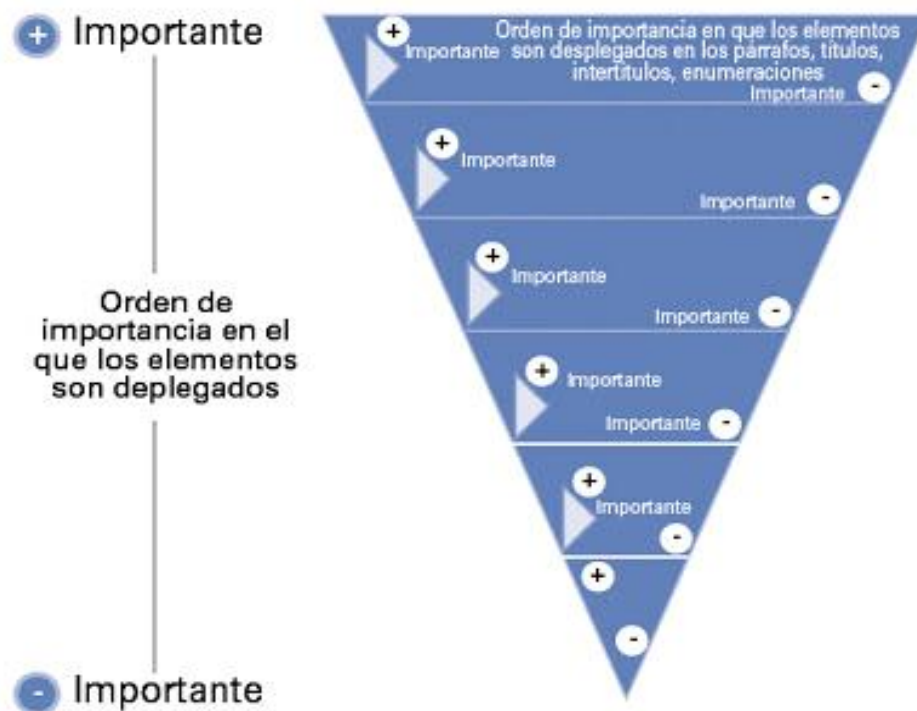
La base fundamental de la propuesta presentada, es la creación de cursos de capacitación para estudiantes y profesionales interesados en renovar y actualizar los conocimientos de periodismo dirigidos a periodismo digital, es decir desarrollar habilidades para producir contenidos, interesantes, frescos, innovadores con una base investigativa de alto nivel, pero dirigidos a una audiencia diferente.

Estas capacitaciones serían ofertadas por la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, los cuales se desarrollen extracurricularmente en horarios a elegir: lunes a viernes dos horas por la noche y fines de semana ocho horas, la duración del curso es de 160 horas durante cuatro meses, al final de las capacitación los asistentes recibirán certificados avaladas por la Senescyt y La Universidad Técnica de Ambato, los que demostrarán la participación, compromiso y destreza, otorgados por los cursos.

MODELOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

Estos procesos de creación de contenidos, permiten ser **no lineales**, darle participación al usuario, ya no le obligamos a leer en el orden de importancia y temporalidad sino le permitimos elegir al usuario; le damos la potestad al consumidor de participar activamente en la narrativa y él puede explorarla de forma aleatoria sin perder el contexto; no podemos darnos el lujo de perder la concentración y actuación del lector, 5 segundos de retención y lograremos captar la atención completa de los lectores (Franco G. , 2008).

Gráfico N° 21: Segundo Nivel de pirámide invertida horizontal

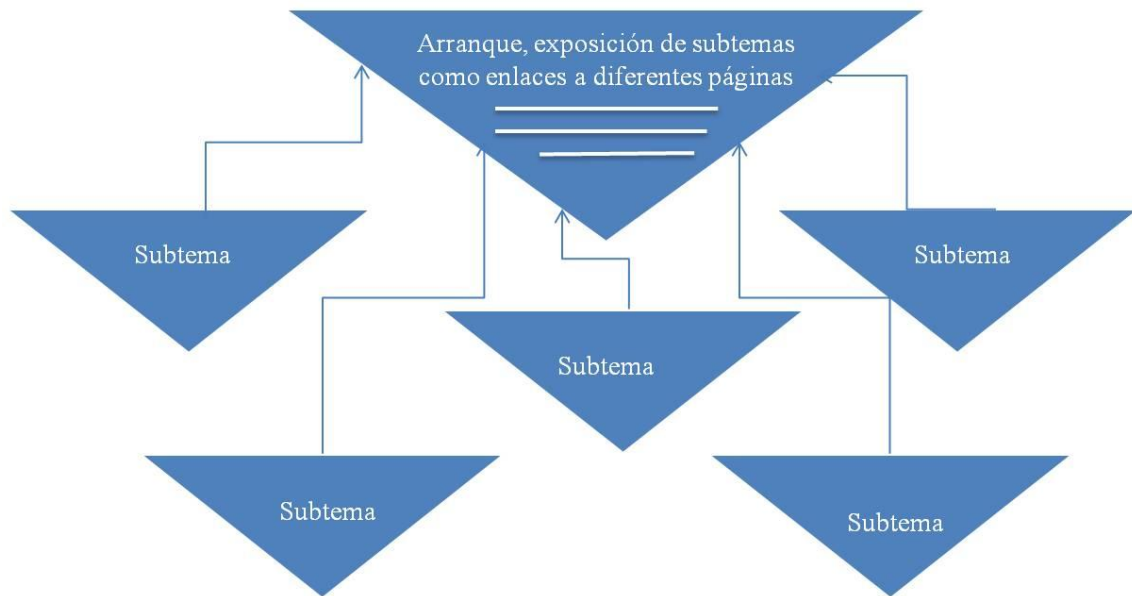


Fuente: (Franco G. , 2008)

Cada párrafo tiene su importancia, captar la atención del lector de principio a fin, supone una calidad de redacción que permite renovar los contenidos ortodoxos del periodismo,

cada texto diseño para incrementar videos, fotografías, audios, logran interactuar y sobre todo rediseñar las formas de contar historias.

Gráfico N° 22: Tercer Nivel de pirámide invertida horizontal



Fuente: (Franco G. , 2008)

La pretensión de los modelos de creación de contenidos, es la navegación independiente del usuario, él elige el orden de informarse, pues está es una ruta sugerida por el autor (Franco G. , 2008), pero en realidad gracias al *Hipertexto* (hipervínculos que redirección contenidos asociados al original) permite la interacción del autor con el lector como parte de la renovación del periodismo.

LO IMPORTANTE

Los lectores de la actualidad son prosumer, sus necesidades están centradas en tener la potestad de participar en la noticia, no solo consumirla; gracias a las plataformas

digitales como: redes sociales, periódicos y revistas on line. Los usuarios adquieren las noticias en segundos y en narrativas transmedia (trinomio entre: texto-fotografía-video). No se puede comparar esta era tecnológica con la de hace varios años atrás, con un periodismo convencional de textos ortodoxos *“No es una casualidad que en Ecuador, al igual que ocurre en el mundo entero, estén surgiendo una diversidad de medios online. Una de las razones para tal situación estaría en que cada día hay más ecuatorianos usuarios de Internet.”* (Fundamedios, 2012)

Por la interactividad e instantaneidad de la tecnología, es importante innovar los conocimientos, producción y modelos de negocios de los actuales medios, para no morir ante el voraz periodismo digital que cada vez causa la migración de lectores.

Pero lo más lamentable es la falta de innovación, creatividad y pasión de periodistas al adaptarse al cambio, sin embargo muchos de ellos no tienen la culpa; la escasa formación académica en las aulas de enseñanza, practicidad y una malla curricular actualizada, los limita tendiendo al fracaso en su vida profesional.

Por lo cual es importante, periodistas, queridas autoridades, medios de comunicación, **RENOVARNOS**, brindarles la oportunidad a nuestros futuros profesionales de desarrollar habilidades y capacidades a través de estos cursos de capacitación, pues más que enseñarles herramientas y recursos digitales, pretende levantar y reavivar la pasión de periodista por servir a una sociedad en evolución, dinámica y sedienta de nuevas técnicas de comunicación.

Las cifras aumentan de lectores digitales potenciales, interactúan, comparten y comentan contenidos cada vez más, *Superintendencia de Telecomunicaciones, en el año 2000 hubo 57.627 usuarios de Internet y hasta marzo de 2011 se estima que existen 3.333.459 usuarios, lo que les convierte en potenciales lectores de esos medios.* (Fundamedios, 2012), esto nos lleva a pensar que nos encontramos en un inminente crecimiento de audiencias prosumer ¿Qué vamos hacer al respecto señores periodistas? ¿Esperar qué pase el tiempo o actuar y revertir a nuestro favor esta realidad?

Cuadro N° 31: Modelo Operativo-Metodología-Plan de Acción

Fase	Metas	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Sensibilización	. Aprobar y coordinar la aplicación del proyecto propuesto	. Reunión con autoridades . Presentación del proyecto . Debate del proyecto de propuesta a aplicarse	. Recurso Humano . Útiles de oficina . Proyector gráfico	. Investigadora	1 semana
Planificación	. Organizar los talleres de capacitación . Preparar y dotar de material al personal responsable del desarrollo de las clases.	. Planificar el desarrollo de las capacitaciones (horarios, temas) . Contratación de personal capacitado . Difusión de los talleres de capacitación	. Recursos Económicos . Recurso Humano . Útiles de oficina	. Investigadora . Autoridades	2 semanas
Implementación	. Embazar el proyecto de capacitaciones . Iniciar las clases del taller	. Determinación de horarios . Determinación de aulas de capacitación . Inscripciones de participantes	. Recursos Económicos . Recursos Humanos . Útiles de oficina	. Investigadora . Autoridades	. 2 semanas
Evaluación	. Evaluar si el desarrollo del proyecto permitió capacitar adecuadamente a estudiantes y profesionales	. Entrevistas y encuestas con los participantes de las capacitaciones	. Recursos Humanos . Recursos Materiales . Útiles de oficina	. Investigadora	. 2 semanas

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 32: Administración

N°	Planificación	Organización	Coordinación	Dirección	Control
1	Elaboración de la propuesta	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor
2	Presentación de la propuesta	Investigadora	Investigadora	Investigadora Tutor	Investigadora
3	Análisis de la propuesta	Autoridades Investigadora	Autoridades	Autoridades Tutor	Autoridades
4	Aprobación de la propuesta	Autoridades Investigadora	Autoridades	Autoridades Tutor	Autoridades
5	Ejecución de la propuesta	Autoridades Investigadora	Autoridades Investigadora	Autoridades Investigadora	Autoridades Investigadora

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 33: Plan de Capacitaciones

PLAN DE CAPACITACIÓN			
MACRO COMPETENCIAS	NODO PROBLEMATIZADOR	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO
<p>Desarrollar las habilidades, competencias y creatividad de periodistas, en la producción y presentación de contenidos, dirigidos a solventar necesidades de audiencias prosumer.</p>	¿Qué tan creativos pueden ser los periodistas para atraer a las audiencias?	<ul style="list-style-type: none"> . Creatividad en contenidos . Géneros literarios vs géneros periodísticos . Credibilidad periodística 	Periodismo Creativo
	¿Sabemos producir contenidos para medios digitales?	<ul style="list-style-type: none"> . Modelo margarita . Pirámide Invertida . Hipertextualidad . Multimedialidad . Interactividad 	Narrativas Trasmmedia
	¿Cómo aprovechar las herramientas y recursos digitales en contenido periodístico?	<ul style="list-style-type: none"> . De qué habla la gente? . Monitoreo de respuestas . Espacios de contacto 	Creación y administración de sitios web
	¿Conocemos verdaderamente las necesidades de las audiencias?	<ul style="list-style-type: none"> . Herramientas digitales . Recursos periodísticos . Sitios web informativos . Gestión de contenidos 	Contacto ciudadano
	¿Cómo logramos fusionar prensa-periodismo digital sin perder la esencia periodística?	<ul style="list-style-type: none"> . Contenidos para prensa . Diarios digitales . Modelos de negocios . Renovación de la prensa 	El ciberperiodismo en la prensa escrita

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 34: Distribución de horarios de módulos

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00-8:00						Periodismo Creativo
8:00-9:00						
9:00-10:00						Narrativas transmedia
10:00-11:00						
11:00-12:00						Creación y adm.de sitios web
12:00-13:00						
13:00-14:00						
14:00-15:00						Contacto ciudadano
15:00-16:00						
16:00-17:00						Ciberperiodismo en la prensa escrita
17:00-18:00						
18:00_19:00						
19:00-20:00	Periodismo Creativo	Narrativas transmedia	Creación y adm.de sitios web	Contacto ciudadano	Ciberperiodismo en la prensa escrita	
20:00-21:00						

Fuente: Investigadora

Cuadro N° 35: Distribución de docentes para cada módulo

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00-8:00						Docente 1
8:00-9:00						
9:00-10:00						Docente 2
10:00-11:00						
11:00-12:00						Docente 3
12:00-13:00						
13:00-14:00						
14:00-15:00						Docente 2
15:00-16:00						
16:00-17:00						Docente 1
17:00-18:00						
18:00_19:00						
19:00-20:00	Docente 1	Docente 2	Docente 3	Docente 2	Docente 1	
20:00-21:00						

Fuente: Investigadora

BIBLIOGRAFÍA

1. Alberto, L. V. (2005). *Métodos estadísticos para medir, describir y controlar la viabilidad*. Cantabria: Textos Universitarios, Ciencias Experimentales .
2. Camus, J. C. (2009). *Tienes 5 segundos*. Chile.
3. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA . (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)*. Recuperado el lunes de mayo de 2017, de www.ecuadorencifras.com
4. Cruacianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales para periodistas*. USA: Knight Center de la Universidad de Texas.
5. Dra. María Isabel Punín Larrea, D. D. (Junio-Septiembre, 2014.). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia. . *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.* , 10.
6. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. (2017). Recuperado el 2017, de Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales: <http://jurisprudencia.uta.edu.ec/>
7. Fernández, M. d. (marzo de 2010). La prensa de papel frente a los nuevos medios:. *Virtualis*.
8. Fondevila, J. F. (2014). El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 55-76.
9. Franco, G. (2008). *¿Cómo escribir para web?* Colombia: Knight Center of Journalism.
10. Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Austin, Texas: Centro Knight.
11. Fundamedios. (marzo de 2012). *Fundamedios*. Recuperado el abril de 2017, de <http://www.fundamedios.org/medios-digitales-aumentan-en-ecuador/>
12. Gonzales, F. (2008). *Falta de credibilidad y el declive dela prensa escrita*. Madrid: Cuaderno de Periodistas.
13. Gutierrez, C., & Gutierre, R. (14 de marzo de 2009). Las malas nuevas de la prensa escrita. *El Espectador*, pág. 2.

14. Hernando, M. C. (2000). *El Nuevo periodismo de la Ciencia*. Quito: Editoria CIESPAL.
15. Lopez, T. (agosto de 2013). *Tony Lopez*. Obtenido de <http://tonnylp.blogspot.com/2013/08/periodista-digital-una-definicion-en.html#.V4Q8T9LhDMw>
16. Lorrente y Cuenca. (2013). *Panorama de prensa latinoamericana "El boom antes de afrontar el desafío del internet"*. Madrid: Lorrente y Cuenca.
17. Madrid, B. (27 de Octubre de 2009). Los 25 periódicos de EEUU, pierden mas lectores. *ABC.es*, pág. 4.
18. Mioli, T. (11 de Febrero de 2016). *PERIODISMO EN LAS AMERICAS*. Recuperado el 6 de diciembre de 2016, de PERIODISMO EN LAS AMERICAS: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-16673-periodismo-digital-crece-en-america-latina-pero-su-sostenibilidad-financiera-sigue-sie>
19. Mora, E. A. (2012). LA PRENSA EN LA HISTORIA DEL ECUADOR:. *Boletín informativo Spondylus* , 26.
20. Ramon Muñoz. (2009). *La revolución de la prensa digital*. Madrid: Evocca comunicación e imagen.
21. Rius, J. C. (27 de junio de 2013). Periodismo en reconstrucción. *Periodismo en reconstrucción: la otra cara de la prensa escrita*. España, Bellaterra.
22. Urdaneta, J. (2007). Redacción en Cibermedios para Comunicadores en Formación. *Razón y Palabra*, 2.

ANEXOS

RECURSOS

Recursos Humanos

1. Gerente de Medios Impresos
2. Periodistas Independientes
3. Periodistas dependientes de un medio de comunicación
4. Audiencia de medios impresos
5. Audiencia de medios digitales

Recursos Tecnológicos

1. Grabadora
2. Cámara
3. Computadora

Recursos Financieros/Presupuesto

MATERIALES	PRESUPUESTO
Transporte	150
Computadora	200
Copias	150
Alimentación	90
Anillados	70
Impresiones	200
Materiales de oficina	50
Empastados	100
Internet	100
Imprevistos	150
TOTAL	1,260\$



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SEXO: H M OTRO

EDAD:.....

OBJETIVO: Determinar sí la prensa escrita de la Ciudad de Ambato, atraviesa una crisis informativa ante la llegada del periodismo Digital.

1. ¿Tiene acceso a internet?

SI NO

2. ¿Cree que el periodismo digital (Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias) son una fuente de información?

SI NO

3. ¿Con qué medio de comunicación prefiere informarse a diario?

Prensa Escrita Plataformas digitales (Redes sociales, YouTube, on- line, Blogs, Aplicaciones de noticias)

Porque.....
.....

4. ¿Qué medio de comunicación cree que brinda la información *RÁPIDA, IMPORTANTE, ENTRETENIDA Y ACCESIBLE* que usted necesita?

Prensa Escrita Plataformas digitales (YouTube, Redes Sociales, Blogs, Periódicos on- line, Aplicaciones de noticias)

Porque.....
.....

5. ¿Utiliza las redes sociales, blogs, youtube y ora plataforma digital para informar a sus amig@s sobre un tema de interés social (accidentes, eventos, información de educación, salud, anuncios, etc)

SIEMPRE

A VECES

NUNCA

Porque.....
.....

6. ¿Cómo le gusta o le gustaría informarse (leer noticias o artículos)

Texto y fotografía

Imágenes con movimiento, enlaces, videos Interactivos, comentar y compartir

Porque.....
.....

7. ¿Qué tipo de medio de comunicación considera que llega a más sectores sociales de la ciudad?

Prensa Escrita

Plataformas digitales

Porque.....
.....

8. ¿Cree que la información de la prensa escrita es confiable?

SI

UN POCO

NO

Porque.....
.....

9. ¿Cree que la información del periodismo digital es confiable?

SI

UN POCO

NO

Porque.....
.....

10. ¿Cree que los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita) quedarán obsoletos por la llegada del periodismo digital (Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias)?

- SI PUEDE SER NO

Porque.....
.....

11. ¿Cree la prensa escrita debe renovarse en contenido, presentación y crear una edición on-line?

- SI NO

Porque.....
.....

12. ¿Cree que el periodismo de ahora es el mismo de hace 5 años?

- SI PUEDE SER NO

Porque.....
.....

OPCIONAL: ¿Cuál cree que es la raíz del problema

13. ¿Qué el periodismo no evolucione con la sociedad y tecnología?

- Medios de comunicación sin innovar
- Universidades (estudiantes, docentes y autoridades) que no especializan a nuevos periodistas para renovar los actuales medios.

Porque.....
.....

CRONOGRAMA

	ACTIVIDADES	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
1	Aprobación de tema y designación de tutor								
2	Elaboración y eval. Instrumentos								
3	Recolección de información								
4	Procesamiento de datos								
5	Análisis de los resultados y conclusiones								
6	Formulación de la propuesta								
7	Redacción de informe final								
8	Transcripción del informe								
9	Presentación del proyecto								

PAPER

**“PERIODISMO DIGITAL, HERRAMIENTAS, RECURSOS Y
CIBERPERIODISTAS PARA AUDIENCIAS PROSUMER”**

Kelly Anabel Arévalo Acuña

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Carrera de Comunicación Social

Ambato, 2017

RESUMEN: Tras la llegada del periodismo digital, herramientas, recursos y audiencias prosumer; suponen una nueva era para el periodismo convencional, es fundamental pensar en una renovación de la prensa escrita, tanto en producción de contenidos como en modelos de negocios. La interactividad, hipertextualidad y multimedialidad son cualidades digitales, que permiten el contacto ciudadano y renuevan la manera de contar y difundir historias y dejan en desventaja la producción de contenidos del periodismo convencional; modelos de comunicación direccionales que permiten la interacción directa con el lector, suponen el gran paso de: Periodista, Medios de Comunicación y Catedráticos. No es proporcional hablar de una sociedad dinámica y cambiante, pero ver un periodismo estático y ortodoxo; la prensa escrita deberá idear estrategias de comunicación asertivas y factibles, para no padecer ante los consumidores necesitados de ideas frescas e investigación precisa. Aprender y reaprender son el accionar básico de los periodistas, pero ¿Cuánto ha evolucionado el periodismo en los últimos años? ¿Qué tan preparado están los periodistas para afrontar el ciberperiodismo? son preguntas que permiten el desarrollo de una investigación, basada en la renovación y reconstrucción de la prensa escrita, direccionado a la fusión de estrategias y herramientas digitales.

Palabras claves: Ciberperiodismo, Prensa Escrita, Audiencia Prosumer, Producción De Contenidos, Modelo Margarita, Credibilidad, Hipertextualidad, Multimedialidad, Interactividad.

ABSTRACT: The research focuses on the informative crisis determination into Ambato city written press, after the arrival of digital journalism, tools, resources and prosumer audiences, involve a new era for conventional journalism, it is fundamental to think about a written press renewal, such as in content production and business models.

Interactivity, hypertextuality and multimedia are digital qualities that allow citizen contact and renew the way of telling and disseminating stories, leaving the conventional journalism contents production; directional communication models which allow the reader direct interaction, this suppose being the great step of: Journalists, Mass Media and Cathedratics. It is not proportional to speak of a dynamic and changing society, watching a static and orthodox journalism; the written press must think out assertive and achievable communication strategies, to avoid suffer before the fresh ideas necessary consumers and accurate research. Learn and relearn the basic journalists apply, by the other hand, how much has evolved the journalism in the last years? How well instructed are journalists to deal with cyber-journalism? Journalism who seeks the development of an investigation, based on the renovation and reconstruction of the written press, guided at the fusion of strategies and digital tools.

Keywords: Cyber-journalism, written press, prosumer audience, content production, daisy model, credibility, hypertextuality, multimediality, interactivity.

INTRODUCCIÓN

La investigación determina si en realidad el periodismo convencional traspone una era de desesperación informativa ante la globalización digital del ciber mundo, suponiendo que esta era atrae nuevas necesidades, audiencias, recursos, herramientas, en la forma de producir y difundir contenidos y en el modelo de negocios, causantes de la baja de lectores de prensa escrita en la ciudad de Ambato y aún más triste a nivel hiperglobal.

Cada párrafo permite la exposición de resultados reales, obtenidos en base a una ardua investigación afirmativa y personalizada de los principales autores de las variables presentadas: *periodistas, audiencias, medios de comunicación*, sin embargo en el desarrollo se descubrió un nuevo protagonista principal *la academia*.

Con la revisión documental y teórica, nos permitió comprender la nueva revolución del periodismo y los grandes cambios que se avecinan para el periodismo convencional, en base a una selección de información e investigación sobre el periodismo digital y su incidencia en la crisis informativa de la prensa escrita.

Para lo cual, es importante resaltar el panorama global de la expansión del periodismo digital, como primer culpable del declive de la prensa escrita, la audiencia prosumer y las nuevas pautas narrativas transmedia, pues son el camino que superpone el mundo digital sobre el periodismo convencional.

Finalmente, en base a los causales de esta problemática, que suponen el desarrollo de una fusión de la prensa, pues gracias a las herramientas y recursos del periodismo digital, permiten el desarrollo del periodismo convencional y evitan el inminente retroceso, tomando en cuenta que las necesidades de los lectores se han transformado, las formas de producir y difundir contenidos se han complementado de manera multimedial, pero el problema central no solo es la prensa escrita y periodismo digital ha saltado un nuevo participantes y es la academia, ¿De qué sirve tener herramientas y recursos de producción sino existen periodistas creativos, capacitados y preparados?

En un ciber mundo donde las audiencias necesitan rapidez, si el medio impreso no lo brinda algún ciberperiodista lo hará, pero ¿Qué pasa si el ciberperiodista no está capacitado?, esto sugiere ingresar a un mundo de dubitativas y preguntas corregibles, para solucionar el problema entre el periodismo digital y periodismo convencional. Los periodistas deben mantener su relación con las audiencias, pues sus aplicaciones, herramientas y sobre todo la redacción es más sofisticada, por lo que es imprescindible profesionalizarse en aprehender a redactar con un lenguaje ciberperiodístico y manejo correcto de datos, que logren informar, enseñar y culturizar a la audiencia ambateña. Continuemos con la lectura del proyecto grandes sorpresas nos esperan.

ANTECEDENTES

La prensa escrita es uno de los medios de comunicación, que permiten la difusión de información por medio de un papel, en la cual tiene varios segmentos representativos que alucen a temas de interés social, destinados a informar a la sociedad, ya sean impresos de alcance local, nacional o internacional.

Si nos remontamos a tiempos antiguos, desde las épocas más primitivas existía una manera de comunicación efectiva independientemente de cuál esta sea; en la Época Aborigen la comunicación significó el desarrollo de los pueblos y comunidades ancestrales, si hablamos un poco de los Incas, utilizaban como fuente de comunicación los *chasquis*, que en otras palabras era un sistema de mensajes para comunicarse entre pueblos, en fin el punto es, la comunicación fue el apogeo del desarrollo y evolución de cada época o era y la historia es contada a partir del surgimiento de la escritura en Mesopotamia (3500 a. C.) (Mora, 2012).

Lo importante es que, la escritura tiene gran realce para la *ilustración* del ser humano, los periódicos han sido y serán la mayor iniciativa de comunicación y aprendizaje creado, para la ciudad de Ambato el diario *El Tungurahua* (1860) (Mora, 2012) supuso el inicio de una gran campaña de información; mientras que el Heraldo un diario local Independiente fundado el 15 de marzo de 1958 se mantiene hasta la fecha, existen más

medios impresos como: La Hora, El Ambateño pero que no son netamente locales sino más bien nacionales, excepto el Diario el Ambateño, que propende noticias locales de los cantones de la Provincia de Cotopaxi y Tungurahua pero pertenece al Grupo El Comercio S.A un periódico nacional.

A pesar de esto, el diario el Heraldó en relación de hace unos 5 años atrás, las cifras de ventas han bajado notablemente como lo señala Rodrigo Gavilanes Editor General del Diario el Heraldó:

“Para ser sincero, he notado una diferencia, tal vez en un 30% y no niego que esa cifra siga bajando; por lo general un día de circulación son de 10.000 ejemplares, a pesar que antes fluctuaba entre los 12000 a 13000, es una realidad “

Es verdad, la prensa escrita ha creado un vínculo social con los usuarios y su decadencia está en tela de duda, pero recordemos que las formas de comunicarse han evolucionado de acuerdo al tiempo y época, entonces ¿Las formas de comunicarse han evolucionado actualmente? con esta pregunta principiaremos este acápite sobre la prensa escrita en el cibernundo.

NIEBLA DEL TRINOMIO

La prensa escrita actualmente no solo sufre una crisis en el modelo de negocios y producción de contenidos esto va más allá, sufre una crisis de credibilidad, calidad y acertividad, el trinomio de la prensa escrita se ha visto afectado en la opinión pública.

Las audiencias buscan ideas frescas, nuevas, por lo que los periodistas de la nueva generación deben cuidar esto, el contando ciudadano es fundamental, pero si no existe una dirección continua enfocada a las necesidades de la sociedad, se producen errores de producción y más aún errores de credibilidad, desencadenando en una **niebla de datos**, esta niebla es el resultado de una periodismo involuntario, las herramientas y conocimientos escasean para el trinomio informativo; si no se conjugan los aspectos

importantes para la presentación de contenido ¿Qué sentido tiene hacer periodismo convencional?

Esta niebla del trinomio entorpece la esencia del periodismo, *“El buen periodismo tiene que sumar: veracidad, verificación, lealtad al ciudadano, independencia de las fuentes, relevancia e interés, oportunidad para la crítica y el comentario, ser exhaustivo y proporcionado”* (Gonzales, 2008, pág. 13), ejercerlo con obediencia a la conciencia y ética profesional, perder el miedo al control del poder.

No es utópico el crear medios impresos que se asocien con la web, es simplemente el interés de no dejarse morir, de buscar más alternativas que faciliten la participación, concienciación del lector, apostar por diarios on-line y sobre todo en la capacitación de periodistas para la creación de contenidos con las nuevas pautas narrativas, supone el progreso de la prensa, la unificación de plataformas para que los beneficiados no sean las grandes empresas periodísticas, sino la sociedad, nuestros lectores y seguidores.

Tocar este tema, es abrir una brecha entre todos los medios de comunicación, la audiencia ya no está para creerse todo lo que un papel le exponga, pues son tantas las alternativas de informarse que no dudan en navegar y encontrar de diferentes fuentes y presentación la información buscada *“¿Qué? piensan los ciudadanos de los periodistas y del periodismo que hacemos. Pues cada día piensan peor. Y no damos explicaciones suficientes, no avanzamos en la autorregulación”* (Gonzales, 2008, pág. 12)

Los periodistas empezamos a pensar en un modelo de producción eficiente, conociendo los alcances periodísticos destinados a una libertad de expresión, pero sin mancillarla con divulgación; cuando evitemos la censura previa, direccionamientos políticos empezará entonces a divisarse los datos en medio de la niebla.

METODOLOGÍA

Para la ejecución del presente proyecto de investigación, fue indispensable darles dos enfoques uno cualitativo y el otro cuantitativo, ambos paradigmas permitieron hallar los resultados del problema de investigación, a la vez ayudan a comprender las posibles soluciones para el mismo.

Paradigma cuantitativo, gracias a la precisión de los resultados que la técnica de la encuesta permite predecir la existencia de una crisis informativa de la prensa escrita por parte de los medios impresos, a la vez se puede obtener datos sobre la apreciación masiva del periodismo digital por parte de la audiencia

Paradigma cualitativo, con este enfoque, con amplitud y profundidad, se conoció las causas de la crisis informativa de los medios impresos, es decir ¿Qué tienen para decir al respecto los medios impresos?, de la misma manera ambos enfoques permitirán factibilizar el problema, proponiendo soluciones calificables al mismo, en base a la técnica de entrevistas a profundidad, con su respectivo análisis.

Para la obtención de resultados del proyecto se necesitó: investigación de campo e investigación documental-bibliográfica.

Varias de las muestras para la obtención de resultados cuantitativos, fueron necesarios realizarlos a propios usuarios de diarios impresos y miembros de los mismo, quiénes brindan la información necesaria sobre la crisis informativa, preferencias al enterarse de noticias y demás información primaria que mediante encuestas, observación y demás técnicas de **información directa**, que permiten cuantificar los datos del problema central.

Mediante un registro de cifras, datos, noticias y porcentajes de ventas del diario, se pudo determinar si en realidad existe una crisis informativa en los últimos años,

documentación que el diario permite la observación, evaluación y verificación del mismo para comparar y contrastar cifras que certifiquen el problema de investigación. También es indispensable la utilización de otras fuentes bibliográficas de información, con una visión panorámica del problema, la misma que halló en: libros, tesis relacionadas, revistas, internet, videos, artículos científicos, todos relacionados con el tema de investigación, con el fin de ampliar la perspectiva de investigación considerándola así una **información secundaria**, pero de gran valor para el enriquecimiento del proyecto.

ENCUESTA: Usuarios de la Parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato

PREGUNTA N° 1:

¿Tiene acceso a internet?

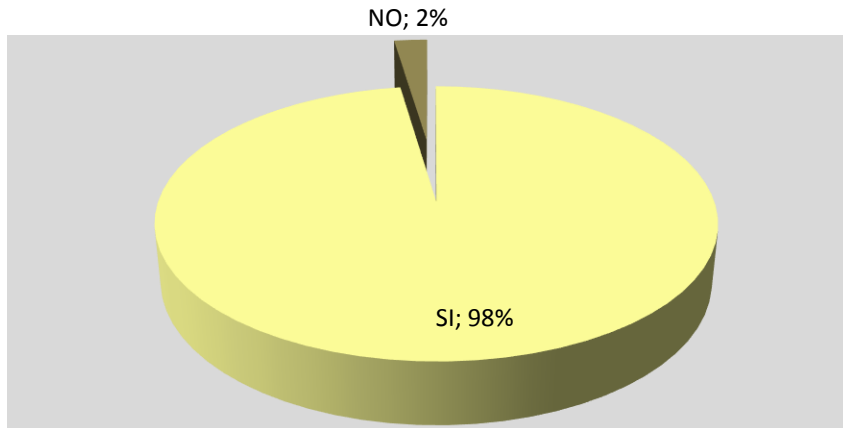
Cuadro N° 8: Pregunta 1

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	374	97,65%
NO	9	2,35%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 8: Pregunta 1

¿Tiene acceso a internet?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Se cree, que aún el acceso a internet es limitado a pesar de vivir en una época tecnológica, sin embargo estos datos revelan que el 98% los usuarios lectores tienen acceso y manejan esta herramienta, tan solo el 2% negó su uso, sin embargo es indiscutible pensar que en algún momento de sus vidas este grupo minúsculo de personas no accedió al internet; esta mayoría está envuelta en una era digital que busca nuevos horizontes y tienen otras necesidades que antes de la globalización tecnológica no existían.

Pregunta N° 2:

¿Cree que el periodismo digital (Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias) son una fuente de información?

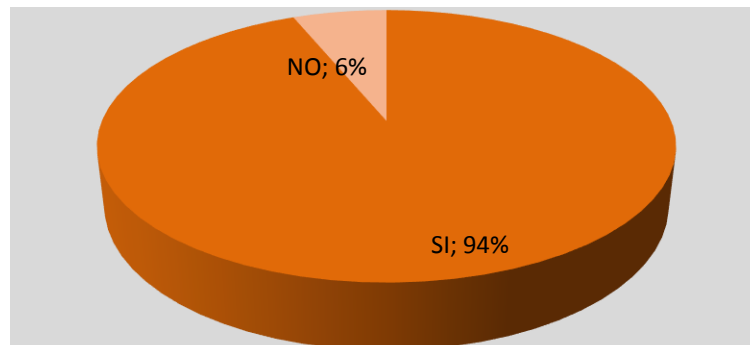
Cuadro N° 9: Pregunta 2

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	359	93,73%
NO	24	6,27%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 9: Pregunta 2

¿El periodismo digital es una fuente de información?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Para muchos, las plataformas digitales no son una fuente de información, tal vez por la divagación de contenido que involucran; lo cierto es que el 94% de los encuestados consideran YA al, Periódicos on-line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias, como un medio más de comunicación, en el que se pueden informar, postear, interpretar e interactuar; mientras que el 6% piensa que estas plataformas son aún una fuente de entretenimiento, pero que involucra grandes partes de contenido.

Al comprender y asimilar que estas herramientas son generadoras de contenido, aún se sigue pensando ¿Qué la prensa escrita no está en crisis?, a pesar que claramente los lectores los han detectado como un medio más de comunicación.

Pregunta N° 3:

¿Con qué medio de comunicación prefiere informarse a diario?

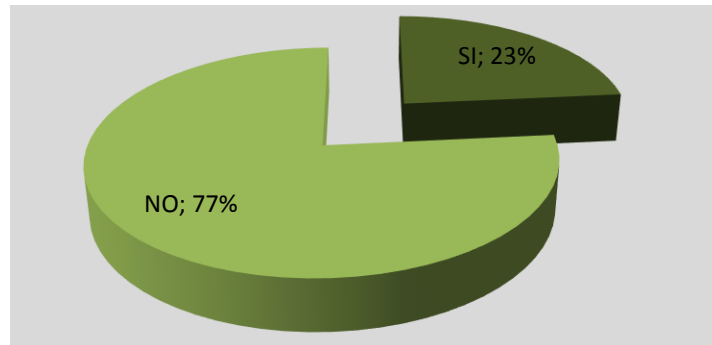
Cuadro N° 10: Pregunta 3

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITA	102	23,50%
DIGITAL	281	76,50%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 10: Pregunta 3

¿Con qué medio prefiere informarse?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Ésta, es una pregunta importante de la encuesta, pues define la preferencia de los usuarios; se sabe de ante mano que los medios de comunicación en general, brindan una información rápida precisa y de calidad, sin embargo el 76% de los encuestados hallan en el periodismo digital un medio con el que prefieren informarse diariamente, las opiniones fueron divididas del por qué lo eligen, a continuación algunas de sus respuestas:

- Es instantáneo, en tiempo real, rapidez en los resultados, más contenido
- Actualidad, fácil acceso, diversidad de opiniones, noticias en vivo
- Creatividad, entretenimiento, audiovisual, más detalles

Los usuarios asocian a las plataformas digitales con: RAPIDEZ, ENTRETENIMIENTO, DIVERSIDAD, CREATIVIDAD, ACCESIBILIDAD, COMODIDAD, cualidades que el periodismo convencional ha perdido en los últimos años.

Pero no todo es malo, ese 23% aún tiene fe en la prensa escrita, muchos argumentaron que:

- Tiene más credibilidad, más confiable
- Lectura tradicional, seguridad

Si antes se creía que la prensa escrita a perdido credibilidad, con estos datos nos damos cuenta que no es verdad en su totalidad, el periodismo tradicional aún guarda la SEGURIDAD y TRADICIONALIDAD de los lectores y estas son cualidades que difícilmente el periodismo digital puede llegar a desenraizar en los usuarios.

Pregunta N° 4:

¿Qué medio de comunicación cree que le brinda la información *RÁPIDA, IMPORTANTE, ENTRETENIDA Y ACCESIBLE* que usted necesita?

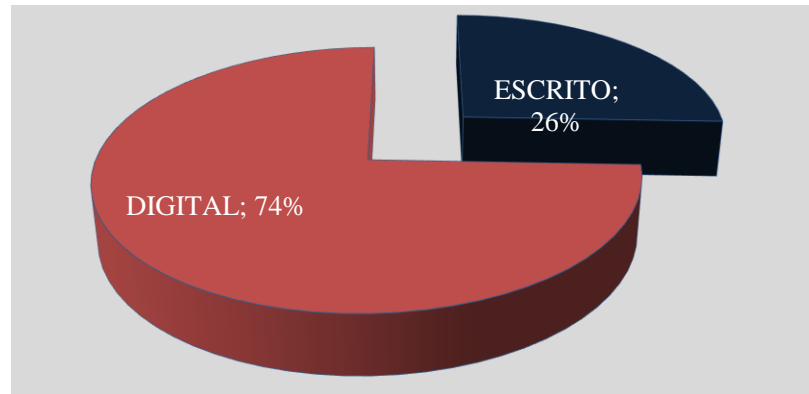
Cuadro N° 11: Pregunta 4

Opciones			Respuesta	Porcentaje
ESCRITO			88	21,15%
DIGITAL			295	78,85%
TOTAL	383	100,00%		

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 11: Pregunta 4

¿Qué medio le brinda la información que necesita ?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

La pregunta engloba lo que se ha venido diciendo a lo largo de esta investigación, pero tiene mayor importancia sí los usuarios son los que lo expresan; el 77% de los encuestados eligen como medio RÁPIDO, ACCESIBLE, ENTRETENIDO E IMPORTANTE a las plataformas digitales y argumentaron lo siguiente:

- Inmediatez a cualquier hora del día, información sin censura, para toda edad
- Publicaciones diarias, Información didáctica, diversidad de contenido

Las plataformas digitales son diferentes en información y en tiempo, sin embargo la cifra del 23% se mantiene y curiosamente las razones son las mismas, todo se delimita a Digital-Rápido Prensa-Creíble.

Pregunta N° 5:

¿Utiliza las redes sociales, blogs, YouTube u otra plataforma digital para informar a sus amig@s sobre un tema de interés social (accidentes, eventos, información relevante de: salud, consejos, reportajes, anuncios)?

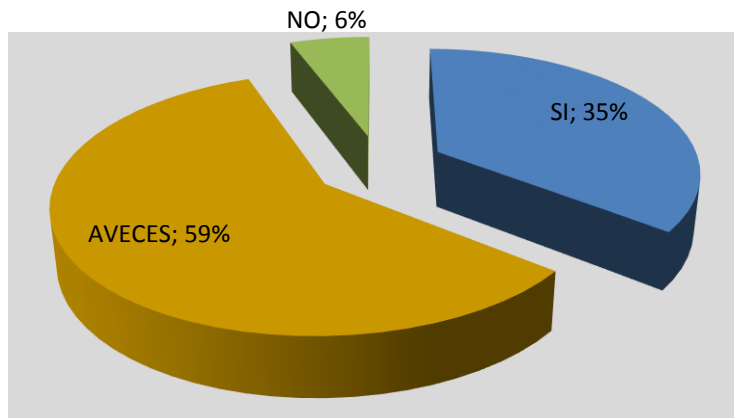
Cuadro N° 12: Pregunta 5

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	136	35,51%
AVECES	225	58,75%
NO	22	5,74%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 12: Pregunta 5

¿Utiliza el periodismo digital para informar?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Se ha mencionado varias veces, la audiencia de ahora no tiene las mismas necesidades que la de antes, pues bien, con esta pregunta se pretendía conocer si en realidad los usuarios son: crossuser (consumidores) a ser prosumer (productores).

Después de analizar que el 98% de los encuestados utiliza las plataformas digitales, el 35% de ellos usan para producir y compartir información con sus amigos es decir, la audiencia es prosumer; si bien es cierto no son periodistas, pero sí se convierten en fuentes de información virtual, el 50% de ellos lo hacen con regularidad y tan solo el 6% no interactúa los contenidos.

Ahora bien, las audiencias ya no solo quieren consumir información para ellos, ahora buscan compartirla con amigos, comentar la información y en el mejor de los casos ser parte de la información (producirla), son informadores virtuales que viralizan los contenidos ¿Qué puede hacer ante esto la prensa escrita?.

Pregunta N° 6:

¿Cómo le gustaría INFORMARSE (leer noticias o artículos)?

OPCIONES:

- Texto y fotografía
- Imágenes con movimiento, enlaces que te lleven a contenidos similares, texto con datos, videos interactivos, compartir y comentar noticias.

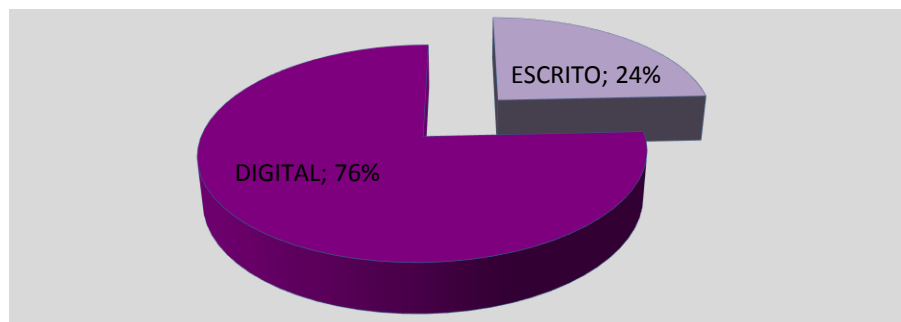
Cuadro N° 13: Pregunta 6

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITO	119	24,28%
DIGITAL	264	75,72%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 13: Pregunta 6

¿Cómo le gustaría informarse?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Ya se ha dicho, las audiencias tienen otras necesidades y en esta ocasión, se explica una de ellas “la forma de informarse”, el 76% de los encuestados prefieren hacerlo mediante: imágenes con movimiento, enlaces que llevan a contenidos similares, texto con datos, videos interactivos, compartir y comentar noticias; argumentan que es una manera creativa y didáctica de aprehender e informarse, pues ya no buscan solo leer si no también apropiarse de la noticia, pero el 26% optan por texto y fotografía, consideran que es una manera más real de informarse, se vuelve a la premisa, la prensa escrita denota seguridad y aunque esta no sustente las necesidades de las audiencias muchos la eligen por su trayectoria informativa.

Pregunta N° 7:

¿Qué tipo de medios considera que llega a más sectores sociales de la ciudad?

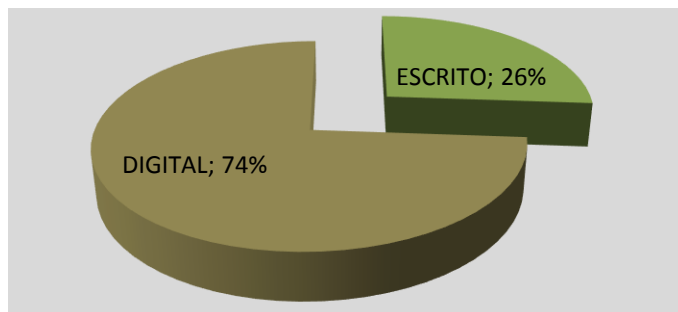
Cuadro N° 14: Pregunta 7

Opciones	Respuesta	Porcentaje
ESCRITO	100	26,11%
DIGITAL	283	73,89%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 14: Pregunta 7

¿Qué medio llega a más sectores?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

El alcance y accesibilidad debe ser una de las cualidades importantísimas del periodismo y el 74% de los encuestados, señala que el periodismo digital es quién lo lidera, la globalización permite que este medio de información penetre, en los sectores que la prensa escrita no puede llegar o que los usuarios no quieren consumir.

Sin embargo reiteradamente el 26% de ellos, piensa que la prensa escrita va dirigida a lugares que mantienen la tradición y que no alcanzan los estándares de tecnología, notablemente esta era busca la comodidad y accesibilidad ¿Acaso la fusión entre información y estas cualidades se relegan en el periodismo digital y no en la prensa escrita?

PREGUNTA 8:

¿Cree que la información de la prensa escrita es confiable?

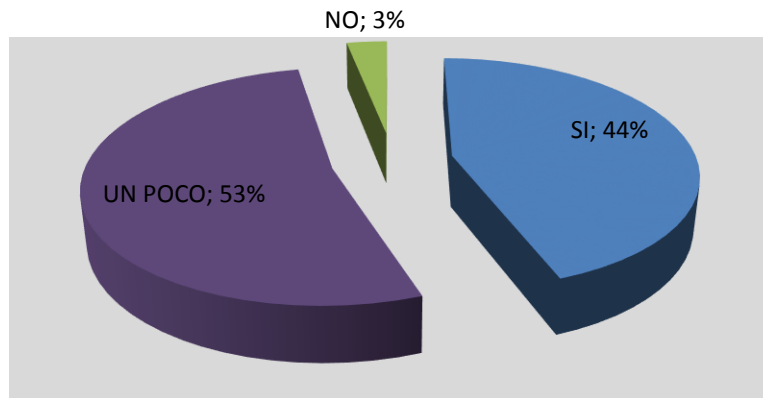
Cuadro N° 15: Pregunta 8

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	170	44,39%
UN POCO	201	52,48%
NO	12	3,13%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 15: Pregunta 8

¿La prensa escrita es confiable?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Este tema es determinante para la investigación, pues abre una puerta de salvación al periodismo convencional. Al preguntarles a los encuestados sobre la credibilidad de la prensa escrita, el 44% contestó que sí, el 53% un poco, pero tan solo un 3% considera que no, es decir, son más los que creen en el periodismo convencional que los que no.

Esta credibilidad se basa más en el medio que en el periodista, hablar de medios escritos es sinónimo de investigación, contrastación y producción de la información, es más real verla en este medio que leerla en la divulgación de contenidos de las plataformas digitales, sin embargo esto no quiere decir que la audiencia no sepa que cada medio se rige a una política y en base a esto da dirección a la noticia, pues los contenidos son subjetivos y los usuarios lo saben.

PREGUNTA 9:

¿Cree que la información de las Plataformas digitales (Periódicos on- line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias) son confiables?

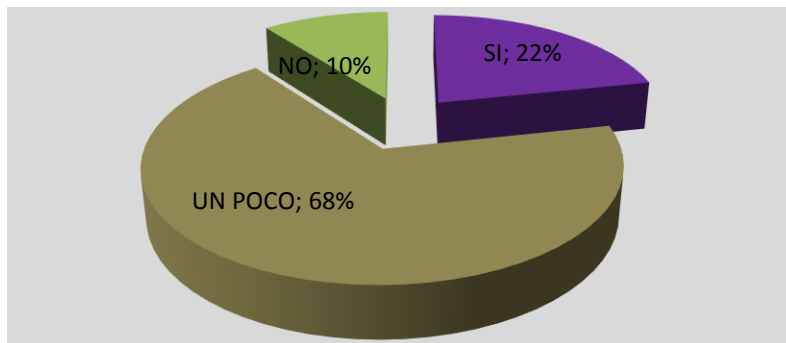
Cuadro N° 16: Pregunta 9

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	83	21,67%
UN POCO	260	67,89%
NO	40	10,44%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 16: Pregunta 9

¿Las plataformas digitales son confiables?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Este es el factor diferencial entre el periodismo digital y la prensa escrita “La Credibilidad”, tan solo el 22% de los encuestados cree en los contenidos de las plataformas digitales, el 68% duda entre su realidad, pues está inmerso el contenido entre periodistas y pseudo-periodistas que crean dubitativas en los usuarios, mientras que

el 10% definitivamente no cree en el periodismo digital, lo consume, lo interactúa, pero no es lo suficientemente real para apropiárselo.

Sin embargo la diversidad de contenidos existentes en las plataformas, permite a los usuarios navegar y contrastar información, es por esto que la cifra de los dudosos es mayor y esta posibilidad le mantiene vivo al periodismo digital.

Pregunta N° 10:

¿Cree que los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita) quedarán obsoletos por la llegada del periodismo digital (Periódicos on- line, Redes sociales, YouTube, Blogs, Aplicaciones de noticias)?

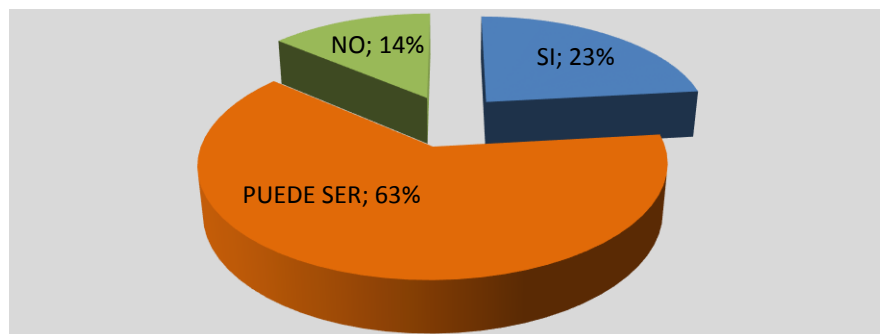
Cuadro N° 17: Pregunta 10

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	89	23,24%
PUEDE SER	241	62,92%
NO	53	13,84%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 17: Pregunta 10

¿La prensa escrita quedará obsoleta?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Esta pregunta va directa a los resultados de la investigación y era necesario conocer lo que la audiencia piensa, el 23% de los encuestados considera que sí, el periodismo tradicional va quedándose atrás de esta nueva era, mientras que el 63% deja la puerta abierta ante una posibilidad de renovación o decadencia, pero el 14% piensa que no, no obstante la cifra del sí es más alta, por lo que si se creía que los usuarios nunca dejarían de consumir la prensa estábamos equivocados.

Este 14% es el porcentaje que nos queda de fieles seguidores al periodismo convencional y aún se sigue pensando que ¿la prensa escrita no está en crisis?, es imprescindible hacer un reajuste al periodismo para evitar su decadencia.

Pregunta N° 11:

¿Cree que los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita) deben renovarse en contenido, presentación y crear una edición on-line?

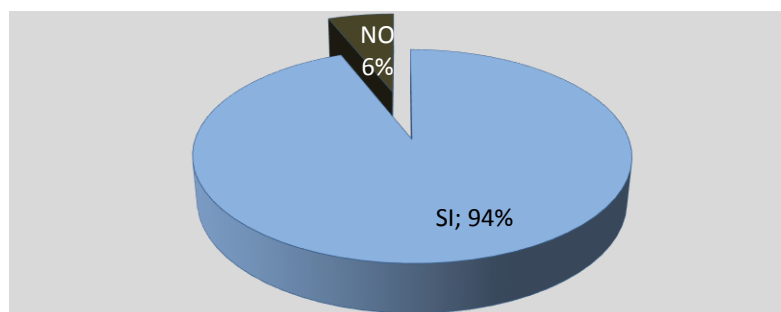
Cuadro N° 18: Pregunta 11

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	360	93,99%
NO	23	6,01%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 18: Pregunta 11

¿La prensa debería tener una edición on line?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Una de las opciones para revivirle al periodismo convencional, sería crear una edición online efectiva, pero ¿Están de acuerdo con esto las audiencias?

Pues el 94% de los encuestados respondió que sí, muchos estarían gustosos de seguirlos mediante esta herramienta, algunos argumentaron el por qué:

- Es más accesible, Innovación, Transformación y adaptación
- Nuevos públicos, Todo es digital

Todo se remonta a la adaptación y transformación, el periodismo va de la mano con la sociedad y la sociedad es dinámica sería ilógico que el periodismo se quede estático, no obstante el 6% cree que la prensa escrita no encaja en lo digital, por la tradicionalidad que ella mantiene, pues se rompería este vínculo, pero lastimosamente lo tradicional no va de la mano con lo dinámico.

PREGUNTA 12:

¿Cree que el periodismo de ahora es el mismo de hace 5 años?

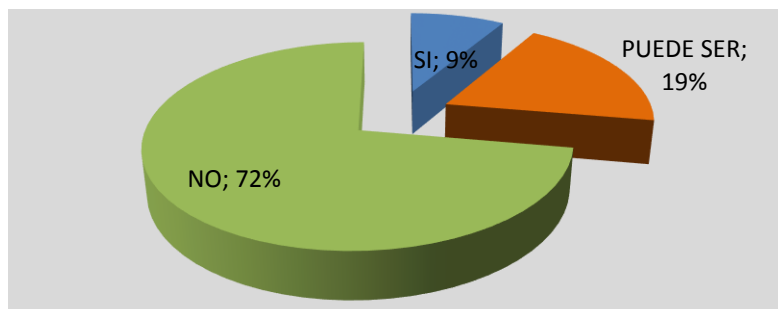
Cuadro N° 19: Pregunta 12

Opciones	Respuesta	Porcentaje
SI	33	8,62%
PUEDE SER	73	19,06%
NO	277	72,32%
TOTAL	383	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 19: Pregunta 12

¿El periodismo es el mismo de el hace 5 años?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Lo que se ha venido diciendo, el periodismo va con la sociedad y esta es dinámica y como tal deben evolucionar, el periodismo debe ir acorde con las tendencias para ofrecer a las audiencias una información de calidad, el 72% de los encuestados lo sabe, un 19 % duda al pensarlo, mientras que el 9% considera que es igual.

Son datos que ponen a pensar, los usuarios tienen conocimiento sobre esta crisis, están claramente definidos al pensar que la innovación, transformación y adaptación son cualidades que cualquier medio de comunicación debe incrementar para dar un mejor resultado.

Pregunta N° 13:

¿Cuál cree que es la raíz del problema, qué el periodismo no evolucione con la sociedad y tecnología?

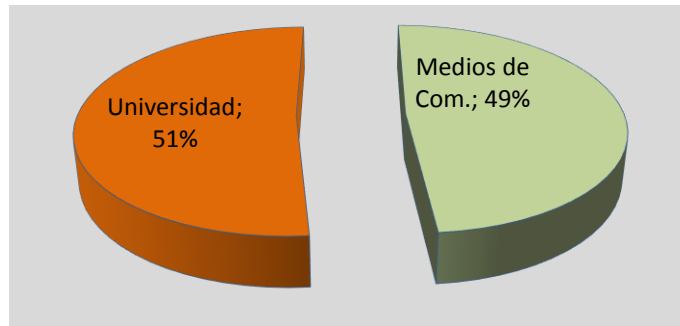
Cuadro N° 20: Pregunta 13

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Medios de Com.	168	48,58%
Universidad	179	51,42%
TOTAL	347	100,00%

Fuente: Investigadora

Gráfico N° 20: Pregunta 13

¿Cuál es la raíz del problema?



Fuente: Investigadora

Análisis e Interpretación

Esta última pregunta es opcional, pues no podrían responderla aquellos que creen que el periodismo convencional no está en crisis, sin embargo un gran porcentaje lo hizo. El 51% de los encuestados considera que la causa primordial de la decadencia de la prensa escrita, es a causa de las Universidades; la falta de profesionales competentes con conocimientos innovadores y creativos, no permite la evolución del periodismo.

Sin embargo en un porcentaje no tan alejado, consideran que la falta de ganas de innovar es de los medios de comunicación, el 49% alude que los medios estandarizados prefieren no invertir en un nuevo modelo de periodismo, pues creen que la prensa escrita nunca desaparecerá; lo cierto es que existe una crisis, las causas son diversas pero la problemática es una sola.

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista1:

Lugar: Diario “El Heraldó”

Nombre del Entrevistado: Rodrigo Gavilanes

Puesto: Editor General “El Heraldó”

Cuadro N° 21: Entrevista 1

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	<p style="text-align: center;">¿Cuál es la posición del medio en la sociedad?</p>	<p>Estamos relacionados directamente con el público y la gente, el periódico ya tiene 59 años en vigencia, está dedicado a informar correcta y verazmente; informamos lo que la gente quiere saber y nos interesa todo el público sobre: política, economía, historia, temas del mundo.</p>	<p>El diario el Heraldó es uno de los más antiguos y su tradición lo ha llevado mantenerse en los estándares de producción informativa, información que es dirigida a lo que el público quiere saber, pero ¿Ese contenido es lo que el público necesita?</p>
2	<p style="text-align: center;">¿Cómo está conformado “El Heraldó”</p>	<p>El periódico tiene dos secciones la A que tiene contenidos de la ciudad ya sea de política, crónica roja, turismo, interculturalidad, información de nuestros cantones y la B de deportes ya sea de la provincia o del mundo y por ultima la sección de clasificados, con un mínimo de 28 páginas, excepto los domingos que agregamos la sección cultural.</p> <p>En cuanto al organigrama estructural es: Área de gerencia – 12 Periodistas y un par de caricaturistas, Contabilidad, Ventas, Diagramación, Venta y Distribución.</p>	<p>El periódico está organizado por enfoques sociales dirigidos a un público directo, gracias a la información sectorizada por provincias, cantones permite crear una apropiación de los lectores, pues a la audiencia le interesa saber lo que está pasando en su alrededor.</p>
3	<p style="text-align: center;">¿La noticia que se presenta en el medio</p>	<p>Hay noticias que no se pueden propagar</p>	<p>Es lo que se ha hablado, la estandarización del medio</p>

	impreso es inmediata?	directamente, porque se tiene una hora del cierre de edición, aunque tratamos de hacer lo posible para dar lo más rápido, aunque esta noticia se publique al siguiente día.	no permite a los lectores tener una inmediatez de los medios de comunicación, a pesar que el Heraldo trate de presentar lo más pronto, el periodismo digital ya lo hizo.
4	¿Cuentan con una edición on - line?	Manejamos una edición on-line porque es necesario e importante ir a la par con el proceso; nosotros contratamos un personal externo por falta de conocimiento, tenemos un profesional encargado de la página la verdad, pero para ser sincero desconozco cuantas visitas tenga, ni como este estructurado pero me imagino que está muy bien, pues personas del exterior nos visitan constantemente.	El gerente, está consciente que debe evolucionar con la tecnología y por esto ha creado una edición on line, sin embargo la difícil tarea fue encontrar a la persona que se encargue de manejar este espacio de una manera profesional. Sin embargo el propio gerente no sabe cómo está desarrollándose el diario on line, pues no sabe el número de visitas que tiene y peor aún el contenido que se procesa.
5	¿En relación hace unos 5 años atrás, se ha notado algún cambio en la venta y difusión del periódico?	Para ser sincero, ¡Sí! he notado una diferencia, tal vez en un 30% y no niego que esa cifra siga bajando; por lo general un día de circulación son de 10.000 ejemplares, a pesar que antes fluctuaba entre los 12000 a 13000, es una realidad, tomando en cuenta que solo distribuimos para la provincia de Tungurahua.	Si hay algo que resaltar de su intervención es la sinceridad, pues está consciente que su diario ha sentido una afectación en los últimos años, sus ventas y lectores han disminuido y no dudad que sea producto del ciberperiodismo.
6	¿Debemos conformarnos con este porcentaje de audiencia que cada	Si de algo estoy seguro es que debemos inventarnos algo para este problema, pues las redes sociales	Manifiesta que es necesario e importante, crear una nueva manera de hacer periodismo para recuperar

	vez va reduciendo?	demandan una gran cantidad de tiempo y algún rato la gente se va a dar cuenta, porque también se invierte dinero y por una información en pastilla, la ventaja de nuestro medio es que los contenidos son más profundos y debemos aprovechar eso.	el mercado informático, pues descrita las desventajas que el periodismo digital presenta y que de eso podemos desplegar cualidades para recuperar a la prensa escrita.
7	¿Considera que el medio impreso tiene credibilidad ante la audiencia?	Partamos de algo que está ocurriendo, la cabeza del país empezó a criticar a los medios y a quitarle credibilidad, la gente cree más en el líder y no en nosotros. Podría ser un problema globalizado, porque la gente quiere otras formas de informarse por medio de videos y con el periódico no se puede hacer eso, se ha perdido la cultura de la lectura; los niños de ahora saben utilizar un teléfono pero no un libro; se sigue perdiendo el interés del periódico	El entrevistado centro su ideología en la política, aludiendo que el culpable de la baja credibilidad de la prensa escrita es el gobierno, es decir ¿Los medios de comunicación dependen del gobierno en turno? Es importante resaltar que en su respuesta incentiva a la lectura pero acaso ¿En notas periodísticas no requieren de lectura? ¿El papel es el único medio de lectura? son dubitativas que llegan a la mente y dejan mucho que desear de los dirigentes periodísticos.
8	¿Los medios impresos brindan información con rapidez, objetividad y veracidad?	En el medio escrito se pueden informar de lo que pasó ayer, pero con una investigación a profundidad, pero con el periódico se puede archivar, consultar noticias de todos los tiempos, en las Plataformas digitales los contenidos son fugaces.	Se supone que el papel fundamental de los medios impresos es informar con rapidez, pues lo que ´paso ayer ya no es noticia, sin embargo el entrevistado considera que el rol de la prensa cambio, ahora informa a profundidad las noticias.

<p>9</p>	<p>Sí la información del periódico se la presenta al siguiente día de lo ocurrido, entonces ¿La prensa escrita son medios complementarios y no primarios?</p>	<p>Hay noticias que si ayudan a complementar, es más la mayoría de información son complementarias, sin embargo hay un nicho de audiencia que aún no utilizan las plataformas digitales y ellos son quiénes se informar por nuestro medio.</p> <p>Ahí está el gran reto de todos los medios que sufrimos esto, debemos inventarnos otra forma de periodismo para que llame la atención, algo nuevo se nos tiene que ocurrir.</p>	<p>El líder del diario más antiguo de la ciudad de Ambato, acepta que existe una parte que el periodismo digital no puede llegar y que desean enfocarse en el, es decir la prensa escrita se ha convertido en un medio de completo para el ciberperiodismo, ha perdido su primicia informativa.</p>
<p>10</p>	<p>¿El medio impreso debe renovarse?</p>	<p>Claro que tiene que renovarse y tenemos que renovarnos; de hecho lo estamos haciendo. Renovamos el personal capacitándolo, pero los periodistas no tienen conocimiento de este tipo de plataformas, no es todo nuestra culpa.</p> <p>Ustedes deben salir con otra mentalidad, no con la del periodismo atrasado ayúdenos en eso, como nuevos periodistas exijan una nueva educación, que les actualicen conocimientos en lo que hay de nuevo, porque si nos estamos quedando atrás</p>	<p>El entrevistado considera que es importante la actualización y renovación del medio, ya sea en producción de contenidos y en su difusión, pero alude que este reto se basa en los nuevos periodistas más que en el propio medio de comunicación, pues los próximos profesionales de la información son el futuro real de prensa escrita.</p>

11	<p>¿Qué tan fácil es encontrar una persona con conocimientos en periodismo digital, para la página web del diario</p>	<p>No es nada fácil encontrarla, hay gente que tiene conocimientos particulares, pero especializados no mucho. Dejemos de lado el periodismo de: entrevista y transcripción, porque también se incluye programación neurolingüística y nuevas formas de contar las noticias.</p>	<p>Volvemos a corroborar la hipótesis, existen medios impresos que desean renovarse pero no encuentran a la persona indicada y decidida en hacerlo, aunque es importante el trabajo en equipo, siempre debe existir el empuje del cañón y en este caso es el nuevo ciberperiodista.</p>
----	--	--	---

Fuente: Investigadora

Entrevista 2:

Lugar: Diario “El Heraldo”

Nombre del Entrevistado: CARLOS ANDRES TORRES

Puesto: EDITOR DIGITAL DIARIO EL HERALDO

Presentación:

Me encuentro a cargo del manejo de redes sociales y página digital del diario “El Heraldo” soy Licenciado en Comunicación y medios digitales, trabajo desde hace 2 años en realidad, pero recientemente lo estoy haciendo con fuerza.

Cuadro N° 22: Entrevista 2

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	<p>¿Existe alguna diferencia entre, periodismo y periodismo digital?</p>	<p>No es lo mismo, en el medio impreso no se puede actualizar las noticia, pero en lo digital se lo puede hacer en cualquier momento; las notas digitales no son las mismas, pues en lo on- line es menos texto y más audiovisual e</p>	<p>La diferencia en contenido y producción de noticias entre el periodismo digital y el convencional, afianza las cualidades multimedias que el ciberperiodismo posee.</p>

		hipervínculos, se maneja mucho la interactividad.	
2	¿Cómo está diseñada la página web del diario?	Es una página activa y aspiro en diciembre cambiarla, para tener más interactividad y sea más visual, que contenga más con hipervínculos y así poder vincular con otras plataformas para reforzar la noticia en base a texto, audio y video; y tal vez en unos 5 o 10 años poder manejar una correcta redacción web, como “El Comercio”.	El entrevistado está consciente, que a pesar de su arduo trabajo no ha podido tener el resultado que esperaba, pues aspira en los próximos años lograrlo. Además afirma que el periodismo digital permite reforzar de manera audiovisual las noticias.
3	¿El periodismo apunta a ser digital?	Obviamente el periodismo apunta a eso, es bueno tener una base histórica del periodismo pero hay que crear nuevas generaciones de periodismo; ya no es necesario cubrir noticias con reportero y camarógrafo, el nuevo periodista lo hace todo con un celular, incluso hacer transmisiones en vivo;	Considera que es importante mantener las raíces del periodismo, pero que la meta es lo digital. Las facilidades que este brinda son más factibles que el periodismo convencional, el hacer noticias se convierte en un acto más

		<p>debemos actualizar a los periodismo de antaño.</p> <p>Y esto es lógico, si quieres ser buen periodista debes aprender a manejar bien redes sociales, plataformas digitales y aplicaciones rápidas; el internet nos ayuda a hacer una investigación más profunda.</p> <p>El futuro del periodismo está en lo digital, es así, mi miedo aquí es que en unos 10 años no evolucionemos y no dar nuevas noticias.</p>	<p>personalizado y profundo.</p> <p>Espera que en unos años evolucione más, pero sobre todo que los próximos periodistas sepan manejar redes sociales con fuente de información periodísticas y no solo de entretenimiento.</p>
4	¿Qué tan rentable es el periodismo digital?	<p>Ahí es cuando digo que la prensa escrita todavía no muere, porque no tenemos como financiar las páginas web, sin embargo el diario tiene un público de 30 años para arriba y con las páginas web lo que queremos es: jalar a los jóvenes.</p>	<p>Al hablar de financiamiento es cuando empieza la dubitativa de crisis, pues aún no se ha cubierto ese sector en el ciberperiodismo, sin embargo el índice de lectores crece.</p>
5	¿Es adecuado fusionar el	<p>Usamos Facebook para ganar a los jóvenes,</p>	<p>El entrevistado hace una importante</p>

	<p>periodismo digital con el periodismo convencional?</p>	<p>posteamos noticias para que nos repliquen los nuevos consumidores; por el momento tenemos una buena aceptación en la página web.</p> <p>La gente exige que tengamos otro tipo de formatos en los que vinculemos el texto con el video, a veces pecamos en postear el mismo contenido del papel a lo digital, es porque aún no tenemos una cultura digital; todo depende del formato de la página web y que alcances nos da.</p>	<p>aclaración pues ambos medios se dividen por públicos objetivos, si bien es cierto que los jóvenes tienen la mayor interactividad en las plataformas digitales que en la prensa y es mediante la versión on line en la cual se busca engancharlos con el diario.</p>
<p>6</p>	<p>¿Existe una competencia entre los periodismos?</p>	<p>Es depende como vendemos la marca y las noticias, las estrategias que utilizan muchos medios, en España no te dan reportajes bien trabajados, a diferencia de los que puedes presentar en la web y los pagas para poder leer. Sin embargo, el momento que pagamos para ver</p>	<p>Señala que no existe una competencia clara, más bien depende como cada uno lo quiera ver, sin embargo si existe una competencia es imprescindible dejarla de lado, es mejor fusionarse para que los ganadores no sea el medio sino la audiencia.</p>

		<p>algún contenido on line, lo dejamos de leer y se van por la competencia; podemos unir los dos periodismos pero nunca vamos a ganar, siempre vamos a perder una parte.</p>	
7	<p>¿Cuál es tu objetivo como periodista digital en este medio?</p>	<p>Hacer que la página web crezca, a pesar que disminuyan los lectores del periodismo impreso y esta es la contradicción; es como crear un nuevo medio con otro tipo de contenido. La idea es reforzar, los lectores que no consumen el periódico, consuman nuestra página web y así mantener vivo a “El Heraldó”</p>	<p>El objetivo del periodista digital en un medio impreso con versión on line, es que este crezca su audiencia, pero donde realmente quedaron las ganas de revolucionar contenidos para informar y culturizar a la audiencia.</p>
8	<p>Qué estrategia de financiamiento puede mantener un periódico on line?</p>	<p>Publicidad, con agencias que les interese pautar en una página web y entra aquí un tema de mercadeo, pues la publicidad de la web le beneficia al medio en general, todo depende del nicho al que</p>	<p>El foco de financiamiento de un medio es la publicidad, el pautaaje, sin embargo existen otras técnicas como organizar eventos para financiar la participación del medio</p>

		<p>apuntamos; se puede organizar incluso festivales para financiar el medio online, como es el ejemplo de “RADIO COCOA” (Radio quiteña) que se financiaba con carpazos y así se unen las empresas que quieren llegar al nicho que se maneja.</p> <p>Crowfondig, pagar para continuar leyendo; tenemos que idearnos estrategias para vender nuestro contenido y financiarnos, en base a una buena página web.</p>	<p>digital en la sociedad, ganando audiencia y recursos.</p>
--	--	--	--

Fuente: Investigadora

Entrevista 3:

Lugar: Taller de comunicación

Nombre del Entrevistado: Martin Melo

Puesto: Comunicador audiovisual y multimedia en el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable

Cuadro N° 23: Entrevista 3

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	¿Las plataformas digitales son un medio de comunicación?	Desde la existencia de la web 2.0, los usuarios ya tienen mayor interacción a través de las redes sociales que es el	La entrevista ratifica que la sociedad es dinámica, por lo tanto el periodismo lo debe

		<p>nuevo método de comunicación que utiliza la sociedad actual, a partir de esto las redes sociales son un fenómeno social que ha causado la adaptación de los usuarios, los tipos de relaciones van cambiando.</p> <p>Todo lo que gira en torno a la sociedad va cambiando y por ende el periodismo cambia</p>	<p>ser y gracias a esta manera de difundir los contenidos, crea dinamismo y adaptación a las audiencias y sobre todo a los periodistas.</p>
2	<p>¿Considera que la prensa escrita va en descenso o en ascenso?</p>	<p>Los medios convencionales siguen aún teniendo dominio por el acceso y la credibilidad, sin embargo esto depende al sector en el cual frecuentamos, pero de que su circulación ha bajado es evidente, por el acceso a medios digitales va creciendo.</p>	<p>Es algo real, la prensa escrita es tradicionalista y creíble para las audiencias, pero esto no quiere decir que el periodismo digital no se convierta en el cambio que las audiencias necesitan.</p>
3	<p>¿Cómo los usuarios desean informarse?</p>	<p>Por medio de la web incluso tenemos acceso a visitarles por medio de su plataforma digital (periódico on line), ahora no hay medio que no tenga su espacio virtual.</p> <p>Es más cómodo usar un celular e informarse de lo que está sucediendo, que salir de</p>	<p>Reitera la tendencia baja para la prensa escrita, pues la facilidad, acceso pero sobre todo comodidad le hace liderar al periodismo digital, es por tanto que el futuro periodista está</p>

		<p>la casa a comprar un periódico.</p> <p>Tendencia baja para la prensa escrita.</p>	<p>encargado de renovar y actualizar conocimientos, para no quedarse como dinosaurios de la comunicación.</p>
4	<p>¿Por qué se torna atractivo el contenido en plataformas digitales?</p>	<p>Ahora se torna atractiva la parte on line, porque tenemos la facilidad de explicar temas que no puedes hacerlo por escrito sino a través de plataformas audiovisuales y que se vuelve atractivo.</p> <p>Si un medio convencional quiere mantenerse debe hacer un análisis muy profundo de su gente, para encontrar un mecanismo que enganche ese es el reto de los medios para poder salvar su circulante que es prácticamente el negocio de toda la vida “la venta de periódicos físicos”</p>	<p>La parte on line es atractiva a la vista del consumidor, por su manera didáctica de informar, crea en el enganche con la audiencia y destruye el modelo de negocios de la prensa escrita.</p>
5	<p>¿Cuál es la clave para revivir al periodismo convencional?</p>	<p>Ampliar el espectro de comunicación, crecimiento de lo digital y la caída de lo convencional y es un problema a nivel global y hasta que no se encuentre un</p>	<p>Ampliar las formas de difundir y renovar contenidos, acompañados de la creatividad e innovación de un buen</p>

		<p>nivel intermedio no sabremos como sobrellevar este problema, pero el contenido es la pieza clave.</p> <p>La comunicación va evolucionando la clave es experiencia + creatividad = resultados los nuevos periodistas son quienes van a salvar a la comunicación</p>	<p>periodista, permitirá ver de diferente manera a la prensa escrita.</p>
6	<p>¿Por qué consideras que se ha perdido la costumbre de comprar el periódico?</p>	<p>“Yo como comunicador casi nunca compro un periódico, la última vez que compre uno fue en mi época de colegio hace unos 10 años atrás, porque nunca tuve la necesidad de comprarlo”</p> <p>El diseño es igual al de antes, la mayoría son periódicos políticos, nuestras generaciones son visuales, modificar contenidos.</p>	<p>El estereotipo que maneja la prensa escrita es el mismo, no se ha realizado un cambio que renueve la forma de presentar y hacer contenidos noticiosos y es lo que las audiencias reclaman.</p>

Fuente: Investigadora

CONCLUSIONES

Después de un análisis realizado sobre a las proporcionalidades que nos ofrecen las ventajas y desventajas de la problemática social, se ha podido detectar las siguientes conclusiones:

- El futuro de la prensa escrita se encuentra en peligro, no por su desaparición, sino por la pérdida de cualidades como: credibilidad, rapidez, inmediatez, veracidad, investigación y presentación de contenidos, que causa un desaliento para sus lectores, quiénes poco a poco migran al ciberperiodismo.
- La prensa escrita ha dejado de ser útil para los usuarios ambateños, quiénes buscan nuevas plataformas de comunicación para informarse de mejor manera, el periodismo convencional ha dejado de ser atractivo e informativo.
- La crisis informática que atraviesa la prensa escrita de la ciudad de Ambato, puede dar un paso positivo a una renovación del periodismo convencional y así fortalecer la producción y modelo de negocios de las empresas informativas.
- Los periódicos digitales, redes sociales, blogs y demás plataformas digitales de información, son consideradas por los usuarios una fuente directa de comunicación, es más lo prefieren en relación a la prensa escrita por su accesibilidad, alcance, formatos y herramientas.
- El ciberperiodismo, brinda un aliento renovado y diferente al periodismo convencional, gracias a sus herramientas, narrativas, pues permite suplir las necesidades de las actuales audiencias, que buscar apropiarse y ser parte de las historias.
- Las audiencias ambateñas buscan ser parte de la información, no están dispuestas solo a consumirlas, son audiencias prosumer capaces de comentar, compartir, criticar y valorar las noticias y esto es parte de la libertad de expresión que el usuario debe tener en el mundo del periodismo.
- Definitivamente, la estandarización del medio impreso no le permite desarrollar defensas ante las posibilidades que el ciberperiodismo brinda, la

inmediatez, calidad, renovación e investigación son cualidades que en la prensa escrita ya no se la divisa, su apogeo político- económico irrumpe su labor periodística.

- Sin embargo, el más grande foco de credibilidad se lo lleva la prensa escrita, aún existen usuarios comprometidos por el periodismo, la *tradicionalidad* es la luz que no permite el declive directo de la prensa escrita, pues la diversidad de contenidos existentes en las plataformas digitales causa duda en los usuarios.
- La culpa de la renovación del periodismo convencional, no se centra en los medios de comunicación, sino en la escasa demanda de profesionales capaces de remediar estas acciones, nuevos periodistas con conocimientos sobre el ciber mundo y las necesidades de las audiencias prosumer; periodistas comprometidos con la ciudadanía y su profesión.
- Finalmente, Los resultados muestran que los actuales periodistas no son capaces de solventar estas necesidades, pues las mallas curriculares y ofertas académicas no se encuentran actualizadas, entonces ¿Cómo pretendemos formar profesionales competentes? y es aquí en donde radica el problema central.