



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**TEMA**

**PERIODISMO INDEPENDIENTE EN PLATAFORMAS DIGITALES**

**TUTOR**

**LCDO. FEDERICO VARAS CHIQUITO MSC.**

**AUTOR**

**BELLA CRISTINA MARTINEZ GOMEZ**

**GUAYAQUIL**

**2019**

# REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

## FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO:** "INFLUENCIA DEL PERIODISMO MULTIMEDIA EN PLATAFORMAS WEB, A TRAVÉS DE LA PROYECCIÓN DEL PERIODISMO INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL."

<p><b>AUTOR/ES:</b></p> <p><b>BELLA CRISTINA MARTÍNEZ GÓMEZ</b></p>	<p><b>TUTOR: MSC. FEDERICO VARAS CH.</b></p>
<p><b>INSTITUCIÓN:</b></p> <p>UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL</p>	<p><b>REVISOR:</b></p> <p><b>PhD. Camacho Domínguez Adrián</b></p>
<p><b>CARRERA:</b> Periodismo</p>	<p><b>FACULTAD:</b></p> <p>CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO</p>
<p><b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b></p> <p><b>2019</b></p>	<p><b>N. DE PAGS:</b></p> <p><b>73</b></p>
<p><b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b></p> <p>Periodismo e información</p>	
<p><b>PALABRAS CLAVE:</b></p> <p>Periodismo multimedial, Plataformas Web, Periodismo Independiente</p>	
<p><b>RESUMEN:</b></p> <p>La presente investigación abarca el desarrollo que se ha generado en función de la construcción de propuestas informativas digitales independientes, dentro del contexto nacional, de forma específica en la ciudad de Guayaquil, el objetivo principal es determinar la funcionalidad de estas propuestas independientes, y su trascendencia dentro de la cultura digital y del auge tecnológico informativo, la</p>	

<p>estructura metodológica es de enfoque dual o mixto, se utilizó el nivel exploratorio, los métodos descriptivos y correlacionales ante las necesidades problemáticas que presenta el objeto de estudio, los resultados preliminares a través de los instrumentos de recolección brindaron el sustento y aporte necesario para el desarrollo y proyección de la presente temática.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono:	E-mail:
Bella Cristina Martínez Gómez	0959467028	Bellitamg_19@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre:	
	MG. Marco Arturo Oramas Salcedo	
	MG. Federico Varas Chiquito	
	Teléfono:	
	2596500 EXT. 249 Decano	
	Director De Periodismo 251	
	E-mail:	
	<a href="mailto:moramass@ulvr.edu.ec">moramass@ulvr.edu.ec</a>	
	<a href="mailto:fvarasc@ulvr.edu.ec">fvarasc@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Tesis Martinez.docx (D44621123)  
**Submitted:** 11/27/2018 2:32:00 PM  
**Submitted By:** fvarasc@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

Veronica Calle Final.docx (D30994187)  
TESIS FINAL FERNANDA GERMAN.docx (D44342005)  
tesis corregida los plagios.pdf (D40643937)  
[http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)  
<http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>

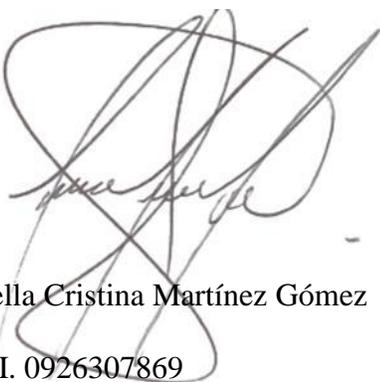
### Instances where selected sources appear:

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

La estudiante egresada Bella Cristina Martínez Gómez, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Periodismo independiente en Plataformas digitales”, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Firma:



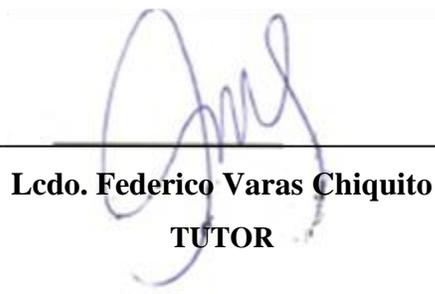
Bella Cristina Martínez Gómez  
C.I. 0926307869

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “**Periodismo independiente en plataformas digitales**”, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Periodismo independiente en plataformas digitales**, presentado por la estudiante Bella Cristina Martínez Gómez como requisito previo, para optar al Título de licenciada en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.



---

**Lcdo. Federico Varas Chiquito**

**TUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

No me alcanzaría una sola página para agradecer a todas las personas que se han involucrado a impulsarme en este logro importante de mi vida; sin embargo, merecen un reconocimiento especial mis padres, por ser el impulso de mi mente y mi corazón hacia el cumplimiento de esta meta. A mi mamá, porque su recuerdo sigue siendo el más valioso de mis tesoros y me motiva a querer llegar a lo más alto sin perder jamás la esencia de buen ser humano; a mi papá, porque sus enseñanzas formaron mi carácter y me recuerdan cada día que puedo lograr todo lo que me proponga. A mis tres hermanos, por su apoyo incondicional, a mis tíos y toda mi familia en general por creer y confiar en mí.

Quiero agradecer de manera especial a mi hijo por haber soportado todas las horas de ausencias que, sin intención de perderme ni un solo instante de su vida, le di en el camino hacia este triunfo, gracias también a mi tía Yita por cuidar de él mientras yo estudiaba. Agradecer también a mis amigos más cercanos (RS,DA,NM,AR), quienes me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Quiero agradecer además a todas las empresas y entidades públicas y privadas que a lo largo de este tiempo de estudio y preparación han confiado en mi capacidad y me han dado la oportunidad de laborar. Un agradecimiento infinito al Ministerio de Educación.

Cerrar con broche de oro este agradecimiento es importante para mí, por ello este párrafo lo dedico a Dios en el nombre de Jesucristo, por su misericordia y amor constante, por sostener la vida de quienes amo y la mía, a pesar de mis errores. Gracias por poner ángeles que guiaron mis pasos en este camino.

## DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi corazón y afecto a mi hijo Joaquín, por mostrarme el verdadero significado de la palabra amor, ese sentimiento y decisión que lo impulsa todo,

Mi amor, tu afecto y cariño son los detonantes de mi felicidad y aunque probablemente en este momento no entiendas con exactitud mis palabras o lo que realmente esto significa, pero para cuando seas capaz, quiero que te des cuenta de lo que has significado y significas para mí. Eres el motivo de todos mis sueños, eres la razón por la que cada día me esfuerzo por el presente y el futuro, eres mi principal motivación en la vida y en mis logros personales. ¡Gracias por impulsarme con tu sola presencia!

Mi tesis también la dedico a la memoria de mis padres, por ser las personas que me demostraron que el éxito se alcanza paso a paso y que el mejor de los logros es aquel que uno consigue con esfuerzos, manteniendo siempre la humildad

Fueron mi hijo y mis padres mi motivación más grande para concluir mi carrera y es por eso que hoy a ellos les dedico este logro.

## RESUMEN

“influencia del periodismo multimedial en plataformas web, a través de la proyección del periodismo independiente en la ciudad de Guayaquil”

La presente investigación abarca el desarrollo que se ha generado en función de la construcción de propuestas informativas digitales independientes, dentro del contexto nacional, de forma específica en la ciudad de Guayaquil, el objetivo principal es determinar la funcionalidad de estas propuestas independientes, y su trascendencia dentro de la cultura digital y del auge tecnológico informativo, la estructura metodológica es de enfoque dual o mixto, se utilizó el nivel exploratorio, los métodos descriptivos y correlacionales ante las necesidades problemáticas que presenta el objeto de estudio, los resultados preliminares a través de los instrumentos de recolección brindaron el sustento y aporte necesario para el desarrollo y proyección de la presente temática.

**Palabras clave:** Periodismo multimedial, Plataformas Web, Periodismo Independiente

## SUMMARY

"Influence of multimedial journalism in web platforms, through the projection of independent journalism in the city of Guayaquil"

The present investigation covers the development that has been generated in the function of the construction of independent digital information offers, within the national context, the specific form in the city of Guayaquil, the main objective is the function of these independent proposals, and their transcendence Within the digital culture and the technological information boom, the methodological structure is the dual or mixed approach, the exploratory system, the descriptive method and the correlates of the problematic needs presented by the object of the study, the preliminary results through the instruments of collection provided the sustenance and necessary contribution for the development and projection of the present theme.

**Keys Word:** Multimedia journalism, Web Platforms, Independent Journalism

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>EL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4	OBJETIVOS.....	5
1.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.5	JUSTIFICACIÓN.....	6
1.6	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.7	IDEA A DEFENDER.....	7
<b>2</b>	<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2.1	EL PERIODISMO TRADICIONAL O CONVENCIONAL COMO FORMATO GUIA DEL QUEHACER PROFESIONAL.....	8
2.2	EL PERIODISMO INDEPENDIENTE ANTE EL EJERCICIO INFORMATIVO SIN ATADURAS.....	9
2.2.1	PERIODISMO INDEPENDIENTE EN ECUADOR.....	11
2.3	EL PERIODISMO DIGITAL, UN NUEVO FORMATO DEL QUEHACER INFORMATIVO TRADICIONAL.....	11
2.3.1	CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL.....	14
2.3.2	PERIODISMO DIGITAL EN ECUADOR.....	19
2.4	PERFIL DEL PERIODISTA INDEPENDIENTE ONLINE O FREELANCER.....	22
2.5	PRINCIPALES MEDIOS DIGITALES EN ECUADOR.....	24
2.5.1	PLATAFORMAS DIGITALES PERIODÍSTICAS.....	24
2.7	MARCO CONCEPTUAL.....	27
2.8	MARCO LEGAL.....	30
	Derechos a la Comunicación / Sección II / Derechos Desigualdad e Interculturalidad.....	31
	Derechos de los Comunicadores.....	31

<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>33</b>
3.1	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.4	MÉTODOS TEÓRICOS.....	35
3.5	MÉTODOS EMPÍRICOS.....	35
3.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.7	MUESTRA POBLACIONAL.....	36
3.7.1	POBLACIÓN.....	36
3.7.2	MUESTRA.....	36
3.7.3	MUESTREO.....	36
3.7.4	MUESTRA.....	38

## Índice de tablas

<b>Tabla 1. Fases del periodismo .....</b>	<b>15</b>
<b>Tabla 2. Muestra y Universo.....</b>	<b>47 / 48</b>
<b>Tabla 3. Filtro y Rango.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4 Lector de medios independientes.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 5. Plataforma de su medio independiente.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 6. Aporte de los medios independientes al contexto noticioso.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 7. Construcción y estabilidad de medios independientes.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 8. Calificación publicaciones informativas.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 9. Medios tradicionales con mayor transformación a las plataformas digitales .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 10. Entidad reguladora de contenidos digitales.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 11. Región con mayor presencia de medios digitales .....</b>	<b>57</b>

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Muestra y Universo.....	48
Gráfico 2. Filtro y Rango.....	49
Gráfico 3. Lector de medios independientes.....	50
Gráfico 4. Plataforma de su medio independiente.....	51
Gráfico 5. Aporte de los medios independientes al contexto noticioso.....	52
Gráfico 6. Construcción y estabilidad de medios independientes.....	53
Gráfico 7. Calificación publicaciones informativas.....	54
Gráfico 8. Medios tradicionales con mayor transformación a las plataformas digitales .....	55
Gráfico 9. Entidad reguladora de contenidos digitales.....	56
Gráfico 10. Región con mayor presencia de medios digitales .....	57

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han revolucionado el sistema de comunicación actual que al abrir nuestras cuentas en estas aplicaciones, podemos leer noticias de todas partes del mundo a tan solo segundos de que haya ocurrido el suceso, o mediante videos en vivo como *Facebook Live* o *Instagram Live*.

El internet y las plataformas digitales son una vía de comunicación eficaz, rápida y práctica, que ponen al alcance del mundo entero todo tipo de información a través de sus *Social Media* o redes sociales digitales (RSD), lo cual ha creado una serie de cambios en la sociedad, incluyendo la forma de trabajar en los medios de comunicación, debido al impacto de la tecnología y las nuevas palestras que informan, las cuales convergen diferentes medias como audio, texto, fotografías e interacción con el contenido , logrando un mensaje completo y que no limita su estructura de análisis o comprensión.

La prensa ha incluido en su forma tradicional de trabajar a este nuevo formato de transmitir información de forma digital, dando paso a la creación de medios independientes que no pertenecen a un medio masivo tradicional de radio, prensa escrita o televisión, generando nuevas propuestas informativas que generan nuevas estructuras en el oficio del quehacer periodístico.

El impacto de estas palestras digitales, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por comentarios contradictorios ante cualquier tema, sea este deportivo, político o social y es esta construcción de opinión pública web que lleva a este análisis del presente contexto investigativo donde se enfoca la perspectiva digital que generan los medios independientes a través de plataformas alternas y de sustento personal o por *pautaje*.

La estructura del presente trabajo se encuentra planteada de la siguiente forma:

**En capítulo I.-** se tratará la problemática identificada, de cómo el quehacer periodístico ha evolucionado en función de medios independientes y de índole informativo, así como la estructura digital que conforman sus notas.

**En capítulo II.-** se explicará la fundamentación histórica, teórica y social de la convergencia informativa, y la comunicación transmedia como resultado de la interacción que se tiene a través de estas nuevas propuestas digitales independientes.

**En capítulo III.-** se define la estructura metodológica de la investigación, los resultados desde las fuentes directas y de los instrumentos de recolección, y métodos investigativos que confirman el desarrollo de los procesos investigativos.

Como último punto tenemos la bibliografía que ha sido desarrollada según la necesidad del tema y anexos que complementan el contexto investigativo.

## CAPITULO I

### 1 EL PROBLEMA

#### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las plataformas web se han convertido en una palestra para empoderar diferentes formatos informativos, sean de carácter privado, público, masivo tradicional o independientes, por parte del periodismo nacional e internacional. A través de un estudio estadístico presentado por IAB Ecuador realizo un estudio a principios del 2018, acerca del consumo de medios digitales en Ecuador (Anexo 1), donde se destaca -Facebook que mantiene su liderazgo en cuanto a consumo del mismo con un 97% de aceptación y Whatsapp que está muy de cerca en cifras con 90% de aceptación y consumo. Estas cifras estadísticas permiten observar los principales escenarios de consumo de los usuarios promedios ecuatorianos y guayaquileños, en función de información y accesibilidad de noticias.

Es frecuente encontrar en las redes sociales que una gran cantidad de periodistas buscan emanciparse en medios de comunicación independientes. Como lo establece la Ley Orgánica De Comunicación en sus Disposiciones preliminares y definiciones:

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Bajo esta instancia del articulado legal, se aborda también la difusión informativa web, ya sea de medios masivos con años de trayectoria, o formatos periodísticos independientes o freelance. En la mayoría de los casos, el motivo principal que impulsa a los periodistas a independizarse mediante las plataformas digitales es la necesidad de buscar mejores independencia o identidad digital en su imagen e ingresos personales, ya que en la mayoría de medios de comunicación

locales no se puede emprender proyectos que no cumplan las normas deontológicas o lineamiento del medio.

Referente a lo ya mencionado, es importante entender varios aspectos, el primero, es saber si una red social como Facebook o Twitter puede ser considerada como un medio de comunicación formal o incluso con credibilidad informativa, en segundo plano, conocer cuáles son los requerimientos que ameritan los periodistas para iniciar y mantener un Journalistic Portal o website, luchando con un mercado informativo que abarca inmediatez y no contraste o fidelización de contenidos, por considerar a las plataformas sociales como libres y sin derechos de autor, conceptos o primicias en la mayoría de casos.

Un estudio realizado por la agencia FUNDAMEDIOS, destaca que existen 60 medios nativos digitales mapeados por esta agencia hasta abril del 2015 (Anexo 2) Ante este sustento, es necesario determinar las causas principales que genera la falta de interés en los periodistas, en fomentar y desarrollar un periodismo independiente en plataformas web en el país.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son las causas principales que generan una falta de interés en los periodistas para desarrollar y fomentar periodismo independiente a través de recursos o plataformas web?

## **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuáles son las principales ciudades del país, que mantienen un gran porcentaje de medios independiente en plataformas web?
- ¿Qué entidad gubernamental o no gubernamental es la encargada de

regular y proyectar la creación de propuestas periodísticas web independientes?

- ¿Qué tipo de periodismo independiente se practica con mayor frecuencia en nuestro país y bajo qué plataformas?
- ¿Qué medios tradicionales han optado por cambiar su formato o plataforma de informar en los últimos 5 años en el país y cuáles fueron las causas principales?
- ¿A través de que plataformas web existe mayor interacción para poder ejercer un periodismo independiente o freelance?

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Identificar las causas principales que generan falta de interés en los periodistas, para desarrollar y fomentar periodismo independiente a través de recursos o plataformas web en la ciudad de Guayaquil.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer las bases teóricas y epistemológicas que sustenten el accionar de la presente investigación
- Enumerar cuáles son las principales ciudades del país, que mantienen un gran porcentaje de medios independiente en plataformas digitales.
- Enunciar qué entidad gubernamental o no gubernamental es la encargada de

regular y proyectar la creación de propuestas periodísticas web independientes.

- Categorizar el tipo de periodismo independiente que se practica con mayor frecuencia en el país y bajo qué plataformas
- Determinar los principales medios tradicionales que han optado por cambiar su formato o plataforma de informar en los últimos 5 años en el país y cuáles fueron las causas principales.
- ¿Definir a través de que plataformas web existe mayor interacción para poder ejercer un periodismo independiente o FreeLancer?

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

Las consideraciones principales del presente trabajo se sustentan en el direccionamiento de su problemática, que escala un ámbito específico y poco abordado del quehacer periodístico profesional, desde las palestras independientes o FreeLancer, en una ciudad como Guayaquil, considerada como cuna de emprendimientos y propuestas autónomos por el número de habitantes. Intentar que funcione un medio FreeLancer es un verdadero reto, más aún si se desconoce actualmente como es su funcionamiento o estructura de trabajo, al no contar con un cuerpo editorial o periodístico macro como se lo aplica en u medio privado o masivo.

La autora de la presente investigación, ha considera investigar las causas que llevan a un periodista a buscar propuestas informativas independientes, usando las plataformas virtuales como un recurso abierto o globalizador de contenidos, analizando las causales que permiten que muchas veces estas propuestas independientes fracasen o triunfen. Al conocer estos factores que inciden en el fracaso o éxito de propuestas digitales independientes, se pueden esquematizar procedimientos y guías para una correcta proyección de este tipo de trabajos,

fundamentando la necesidad del presente trabajo y volviendo oportuna la realización del mismo.

## 1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

- **Área:** Comunicación Digital
- **Campo:** Periodismo independiente / FreeLancer
- **Lugar de Investigación:** Ciudad de Guayaquil / Norte
- **Parroquia:** Tarqui
- **Temporalidad:** Junio – septiembre 2018
- **Población:** Periodistas Independientes en plataformas web Guayaquil

## 1.7 IDEA A DEFENDER

Al delimitarse las principales causales que generan el desinterés y ausentismo del periodismo independiente en plataformas web, se bosquejaran una serie de pautas y procedimientos que permitan fomentar propuestas informativas FreeLancer en la ciudad de Guayaquil.

## **CAPITULO II**

### **2 MARCO TEÓRICO**

El presente capítulo determina las concepciones teóricas y epistemológicas que permitieron el desarrollo de la presente investigación, partiendo con las concepciones del periodismo tradicional, hasta el desarrollo y funcionalidad del periodismo digital o FreeLancer. Permitiendo de esta forma conocer los diferentes formatos y avances que el periodismo independiente ha presentado en su evolución de formatos y plataformas en el contexto global y local latinoamericano.

#### **2.1 EI PERIODISMO TRADICIONAL O CONVENCIONAL COMO FORMATO GUIA DEL QUEHACER PROFESIONAL**

El periodismo convencional se caracteriza por la implementación de técnicas y recursos tradicionales, como por ejemplo el uso de la pirámide invertida para la producción de la información o el empleo de imágenes para graficar las notas.

En el artículo Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión se detalla que:

[...] “El periodismo resulta ser, en definitiva (...), el método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, que, mediante una expresión asequible al común denominador del público, combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible, para servir desinteresadamente a los ciudadanos en su necesidad de un seguimiento preciso de los asuntos de interés público o potencialmente capaces de afectar sus vidas”. (Robledo, 2017, p. 3).

El objetivo primordial del periodismo se basa mantener informada a la sociedad de todos aquellos temas que son considerados de relevancia, esto lo hace a través de selección oportuna del contenido a presentarse, mismo que debe ser verificado,

sintetizado y claro, para de esta manera lograr difundir información con la mayor exactitud posible.

En la investigación Gabinetes de comunicación del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación: el puente que cruza la I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) para llegar a los medios se propone que:

[...] “Los cambios en el periodismo han sido notables en las últimas décadas. No obstante, se siguen manteniendo unos principios para que las informaciones sean calificadas como tales, exigencias inexcusables y que tienen que estar presentes en todas las informaciones: veracidad, actualidad, novedad e inmediatez, interés público o relevancia”. (Bellón, 2018, p. 242).

El periodismo sufrió grandes cambios, mismos que lo llevaron a evolucionar en todos los aspectos, sin embargo, muchos de ciertos principios de periodismo tradicional aún se encuentran presentes en aquella evolución, y esto con la finalidad de brindar contenidos de calidad.

## **2.2 EL PERIODISMO INDEPENDIENTE ANTE EL EJERCICIO INFORMATIVO SIN ATADURAS**

Muchos comunicadores definen al periodismo independiente como la forma de comunicar sin ataduras o influencias de aspectos económicos y/o políticos, con fin de expresar la verdad. Por otra parte, este tipo de periodismo también es distinguido como liberal y alternativo.

Sin embargo, en la investigación Régimen político, espacio público y periodismo gráfico en Buenos Aires: 1955-1971 se expresa que:

[...] “El periodismo independiente del más alto poder político es una institución clásica del régimen político democrático. El periodismo independiente nació con la democracia moderna en la Inglaterra revolucionaria del siglo XVII. Posiblemente la afirmación inversa es también verdadera: la democracia moderna nació con el surgimiento del periodismo independiente”. (Ruíz, 2017, pp. 235-236).

Ruíz plantea el desarrollo del periodismo independiente desde la época revolucionaria en Inglaterra, denotando que con él surgió la democracia, es decir, que este tipo de periodismo se encuentra estrechamente ligado a la política, ya que para él sin la prensa libre la democracia no existiría. Ante este enunciado es importante recalcar que el periodismo independiente busca cumplir una premisa primordial, la cual es informar sin barreras, ni fronteras.

En el trabajo *El rol del periodismo independiente ante la desinformación criminal en Venezuela (2003-2015). Implicaciones científicas* se plantea que:

[...] “La necesidad de estar informado sobre una situación de interés aviva la esencia del periodismo, y mucho más si se trata de alguna restricción sin asidero legal. Cuando un evento es de gran interés... pero la capacidad de informar es limitada, el valor de la noticia aumenta... Si la demanda de saber es alta y la información es restringida, la reducida oferta permite posicionar notablemente a quien tenga la premisa”. (Téllez, 2015, pp. 106-107).

La difusión de información durante un evento considerado de interés público, y que en ciertas ocasiones es censurado sin razón alguna, constituye la esencia del periodismo independiente. El reportero toma un rol protagónico al imponer su deber de informar sobre las limitaciones que se presenten durante la difusión de la información, logrando de esta manera ser el portador de la verdad y aclarador de inquietudes dentro de la sociedad civil.

### **2.2.1 PERIODISMO INDEPENDIENTE EN ECUADOR**

En la tesis ¿Cómo se hace periodismo de investigación en Ecuador? se demuestra que:

[...] “En el caso de Plan V, sus colaboradores son los mismos periodistas que pertenecían a la revista Vanguardia. Este medio digital se autodenomina como el ‘equipo que hace periodismo independiente’ porque no tienen ningún tipo de relación con el poder político o económico, pero hacen hincapié en que no son parte de la oposición”. (Paucar, 2017, pp. 16-17).

La cita anterior plantea como el periodismo independiente se encuentra estrechamente ligado a los medios digitales, los cuales establecen que su independencia hace referencia a su desapego aspectos políticos y económicos, donde sus trabajadores no cuentan con privatizaciones que los limiten a ofertar contenido informativo alejado de las premisas: contextualización, contrastación y objetividad.

### **2.3 EL PERIODISMO DIGITAL, UN NUEVO FORMATO DEL QUEHACER INFORMATIVO TRADICIONAL.**

El periodismo digital se caracteriza por la propagación de noticias a través de diferentes plataformas webs, consiguiendo de esta manera una difusión eficaz e inmediata dentro de un área contextual.

Por medio del periodismo digital los periodistas logran recabar información; es decir, esta clase de periodismo dejó de ser un simple publicador, para convertirse en herramienta de búsqueda de fuentes.

En el artículo Periodismo digital o ciberperiodismo se representa que:

**Tabla 1. Fases del periodismo digital.**

1992-1995	La primera fase del periodismo digital se lleva a cabo en Estados Unidos. Comienza con la publicación de las portadas de los periódicos en las páginas de internet de la prensa.
1995-1998	La prensa en el mundo empieza la presentación de sus primeras páginas en sus portales de internet, además de comenzar la experimentación de nuevas herramientas digitales. El evento del “sexgate” <sup>5</sup> marca un hito en el periodismo digital, ya que surge la necesidad de establecer nuevas reglas en el mundo digital.
1998-2001	El tercer periodo se abre con la euforia por la “New Economy” y la especulación en las bolsas de valores ligados a las acciones tecnológicas y a las dot.com (empresas ligadas a internet). Son los años del gran éxodo de los periodistas, del papel a los portales de internet. El evento que marca esta fase son los atentados del 11 de septiembre de 2001.
2002 a la fecha	Coincide con la salida de la crisis del 2002 y se caracteriza por el internet 2.0: banda ancha, alfabetización digital y la expansión de las redes sociodigitales.

**Fuente:** (Calderón, 2017, pp. 3-4)

En la tabla anterior se puede observar la evolución del periodismo digital desde la época en la que presentaba la diagramación de contenidos tal cual como la versión impresa, hasta la aparición de la web 2.0.

El periodismo actual, ha traspasado las fronteras de la información en tiempo y espacio, logrando romper paradigmas sistemáticos tan comunes como el lenguaje, la cultura y la ideología, todo se lo puede apreciar a partir de la difusión de contenidos que se expresan a través de ciberperiodismo o denominado también el nuevo modelo informativo. Este modelo que se caracteriza por la combinación de herramientas tradicionales de los medios convencionales (Televisión, Radio, Prensa) y combinarlas con características propias (Hipertextualidad, Multimedialidad, Interacción). La más destacada es la interactividad la cual es el efecto de intercambio de roles entre emisor y receptor en situaciones de igualdad, en el que se forma una sucesión de niveles que implica ver y leer en una palestra digital hasta llegar al punto de componer de convertirse en emisor. Esta interactividad no sólo se manifiesta en la posibilidad del usuario de "responder" inmediatamente a una información, sino que, además le permite participar más activamente en algunos mecanismos tradicionales de los medios atraídos a la Red, tales y el acceso a un contacto directo con otros usuarios

del mismo medio mediante "conversaciones y cambio de opiniones" a través de grupos con soporte digital. Pero, "el nuevo medio" acoge dos elementos que, aún buscados desde los inicios del periodismo impreso, no habían podido ser encontrados en un mismo espacio a la profesión como ahora vemos en las RSD: la inmediatez y la disponibilidad de un espacio casi infinito para publicar informaciones.

Los principales progresos que se han generado dentro del "Nuevo Medio" vienen de la mano del uso de las mencionadas Redes Sociales Digitales (*Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+, Instagram...*) alojadas en la Web 2.0 que no es más que una serie de aplicaciones y páginas web que se emplean para brindar interactividad en la red.

La rapidez con la que nos mantenemos informados y sobre todo poder interactuar, llama más la atención que la misma noticia, por eso es importante ver que el cambio que ha tenido el periodismo en la era multimedia, pero a pesar de esto hay quienes no comparten de todo la idea de verlo como una nueva forma de hacer periodismo, es el caso de la Presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) quien en una entrevista dada al periodista Manuel Moreno fundador de TreceBits.com afirma que "Las redes sociales son muy importantes para el periodista, pero no son periodismo" destacó también que "Hay que diferenciar los medios de comunicación de las redes sociales, no son lo mismo" (González, 2017) .

Ante esto podemos ver que los periodistas no debemos confundir o asociar las RSD como nueva forma de hacer periodismo sino más bien como la mejor herramienta que tenemos para exponer su trabajo y tratar toda clase de temas siempre y cuando no se olviden los parámetros para redactar una nota y las funciones que cumple el periodismo, ya que eso no varía.

Una caracterización acerca de las funciones entre medios impresos y digitales permitirá conocer de forma más específica sus similitudes y diferencias en su contexto accionar informativo y laboral:

- **Medio Digital:** se refleja la actualización de las noticias.

- **Medio Impreso:** las noticias no se retroalimentan hasta su próxima edición.
- **Medio Digital:** el contenido es rápido, directo y no tanto extenso.
- **Medio Impreso:** su contenido informativo es extenso.
- **Medio Digital:** el contenido combina varias medias entre fotos, vídeos, audio e interacción con su público.
- **Medio Impreso:** se basa en fotos y texto escrito ya que en eso se sustenta su contenido.
- **Medio Digital:** el contenido se puede revisar cada vez que el lector desee ya que se guarda en una base de datos.
- **Medio Impreso:** el contenido muere a través que ha pasado el tiempo y no se posee el ejemplar impreso.
- **Medio Digital:** pueden laborar con pocas personas.
- **Medio Impreso:** labora con múltiples personas, departamentos y corresponsales.
- **Medio Digital:** el lector puede colaborar con la información y ser interactivo.
- **Medio Impreso:** el lector tiene que conformarse con lo que lee.

### 2.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL.

Los elementos que distinguen al periodismo digital son: la inmediatez, la multimedialidad, la interactividad, y la hipertextualidad.

- **Inmediatez:** Hace referencia a la actualización constante de la información en tiempo real.
- **Multimedialidad:** La información presentada en los medios digitales va más allá de los textos, debido a que en ella se puede encontrar

elementos multimediales tales como: fotos, vídeos, audios e imágenes (estáticas y animadas).

- **Interactividad:** El usuario puede interactuar con el medio a través de las diferentes plataformas donde se difunde la noticia, ya sea para aportar datos a la noticia o para solicitar información extra.
- **Hipertextualidad:** Este término está relacionado a la implementación de hipervínculos o enlaces que complementan la información brindada.

Para (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2010):

La web podría ofrecerle al periodismo: hipertexto, interactividad, multimedialidad, así como personalización y actualización constante del contenido. Conceptos vigentes y cruciales para entender el comportamiento de los cybermedios, caracterizando la funcionalidad que tiene una página en internet: video, audio, fotografía, texto y le dan la denominada "multimedialidad (p.8)

En un estudio realizado a diez diarios en España sobre Multimedialidad en la Prensa Digital se consideró que hay consolidación de los medios en la plataforma multimedia, pero que no hay evolución en los contenidos, en ese lapso, considerando a la fotografía parte fundamental en el periodismo digital, como lo ha sido siempre en el impreso, en la Web no existen las limitaciones de espacio de unas páginas determinadas como en la prensa, por lo que las fotografías llenan las ediciones digitales de los diarios (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2010).

La tecnología es responsable de la aparición de los denominados "nuevos medios" y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística. Cambios que afectan de forma directa como profesionales del periodismo que han de llevarnos forzosamente a reflexionar sobre ellos.

En la Revista Latina de Comunicación Social de España se abordó el tema La interactividad en el periodismo digital latinoamericano, un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016), destaco que en Ecuador hay una falta de desarrollo en el periodismo digital y que en el ciberperiodismo ecuatoriano impera sobre todo la opción de difundir los contenidos a través de las redes, especialmente mediante Facebook.

Para Larequi (2000) la aparición y consolidación de los "nuevos medios" como periodistas, y la reflexión acerca de cómo nos afecta, debe centrarse de manera fundamental en torno a cuatro puntos:

1. El uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa digital, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información.
2. En estos procesos la tecnología es básica, pero el periodista es periodista no informático ni técnico en telecomunicaciones. Los ordenadores son herramientas para realizar nuestro trabajo, no la esencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir "soporte" con "medio".
3. La aparición del "nuevo medio" hace surgir nuevas "sinergias" informativas y laborales que afectan tanto a las empresas como al trabajo de los profesionales que pasan a convertirse en "proveedores de contenido", independientemente del soporte en el que finalmente se distribuyan sus trabajos.
4. Los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, única forma de garantizar su calidad, objetividad, veracidad, etc. Es decir, dotar a la información periodística en la red del valor añadido de la credibilidad. Asimismo, esto dará lugar a la aparición de nuevos códigos éticos para la información periodística en la red.

El periodismo ha sufrido consecuentes cambios a lo largo de su historia, cambios que afectan a la profesión y a los peritos en el tema, todas estas evoluciones siempre vienen marcadas por los adelantos tecnológicos por los que atraviesa el

mundo es por esto que el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), realizó un estudio en el 2012 “Mapa de Estudios Digitales del Ecuador” para obtener una imagen cercana de la cantidad y realidad de los medios digitales en el país, mismo que se encuentra disponible en la página web [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

Para (Rivera, 2012) los medios de comunicación en redes o también llamados cibermedios como ámbito de difusión presentan una clasificación y que destaca las siguientes características:

- **Matriciales.** - los que están en internet y tiene origen en papel, como la prensa o mediante difusión electrónica, como la radio y la tv. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a internet.
- **Nativos.** - los nacidos dentro del internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasa por un proceso de mestizaje hasta que poco a poco, van adquiriendo sus características específicas

En el periodismo digital el desafío constante abarca explicar con mayor detalle qué es lo que se está viviendo y qué es lo que se espera de esa noticia, permite la interacción social de los usuarios siendo otra de las grandes ventajas que es la riqueza de la interacción social. Los medios de comunicación tradicionales eran de una sola vía, lo más interactivo que se podía apreciar eran las “Cartas a columna” en donde los lectores redactaban notas para ser publicadas en futuras ediciones. Su interacción constante con las RSD como plataformas asociadas a los medios de comunicación ha facilitado dos elementos que han cambiado la velocidad de la información por completo:

- **La primera** es que cada pieza de contenido puede ser comentada por los usuarios, generando opinión y conversaciones asociadas y lastimosamente a veces desasociadas.
- **La segunda** es que estas piezas de contenido pueden ser compartidas por estos particulares si les parece interesante, esto permite que la información se propague de forma veloz por la web generando en ocasiones “*Trends*” o “*virales*” que ayudan a catapultar temas o medios de comunicación. Es en esta búsqueda de medidas para continuar en la palestra de la información es cuando surge la convergencia informativa (Rivera, 2012).

Conforme pasa el tiempo el nuevo modelo de producción y difusión digital nos da la oportunidad de transformar los canales de tránsito e información para un consumo rápido y eficaz de la información que no solo se quedó en una plataforma digital, sino que llegó la plataforma multimedia donde hoy en día encontramos a las Redes Sociales Digitales que nos permite una retroalimentación constante.

Para (Freire, 2008) :

El fenómeno mediático actual de las redes sociales es una semilla germinada tras la crisis de crecimiento de Internet, al inicio de este siglo XXI. De los conocimientos, recursos humanos y redes de relaciones establecidas entre los informáticos que se vieron envueltos o afectados por la explosión de la burbuja virtual surge, en primer lugar, la necesidad psicológica de mantener y alimentar esos contactos; y luego, poco a poco, esas redes interpersonales van creciendo y ampliándose hasta convertirse en algo más serio y organizado. Con tres o cuatro años de experiencia estas redes de relaciones sociales evolucionan hacia mayores organizaciones profesionales, con características de nuevos medios de comunicación. Ya hay numerosas redes, especializadas, generalistas, abiertas, elitistas, de distintos tipos y perfiles (p.34).

La Prensa apostó a la era digital, como opción mediática, y gracias precisamente al correcto uso de las "nuevas tecnologías", logró las notas más altas de calidad en su difusión y contenido de toda su historia.

Sin embargo, algo que desde el punto de vista de las empresas periodísticas, empezó como la búsqueda de un nuevo canal de distribución, como la adaptación a un nuevo soporte de un producto ya conocido, se convirtió en un nuevo medio, uno que aúna las características de los tres medios tradicionales: el uso del texto como la Prensa, el uso del sonido como la Radio y el uso de las imágenes en movimiento como la TV y que además, combina estas características con nuevas maneras de presentación de los contenidos apoyándose en el desarrollo tecnológico e incorporando conceptos tales como interactividad, multimedia, hipertexto, vínculo, etc., términos con los que se intentan definir las actividades desarrolladas por estos nuevos medios de comunicación digitales.

### **2.3.2 PERIODISMO DIGITAL EN ECUADOR**

La migración de los medios tradicionales al Internet ha sido uno de los hechos más relevantes dentro del periodismo, debido a que con esto aquellos medios de comunicación han logrado ampliar su difusión notablemente.

En el trabajo de grado Periodismo independiente y su incidencia en el acelerado crecimiento de medios de comunicación digital en la ciudad de Loja, durante el período enero-agosto 2016 se acota que:

[...] “De acuerdo con José Rivera (2007) el inicio del periodismo digital en el Ecuador tomó transcendencia, cuando se dio el primer intento de medio digital, que fue la publicación de un boletín informativo del diario “Hoy” en 1995. Esto fue un gran aporte para el periodismo digital en nuestro país, convirtiéndolo en el único nexo para los ecuatorianos que residen fuera de él”. (García, 2018, p.43).

Uno de los medios que marcó un hito en la historia del periodismo ecuatoriano es el diario Hoy, mismo que a través de la difusión de un boletín de prensa en versión

digital consiguió que personas fuera del territorio pudiesen estar informadas. Esto demuestra claramente la importancia de versión digital de periodismo, debido a que gracias a este formato los medios de comunicación pueden ganar más adeptos.

En la investigación *Cuánto la vocación prima: La situación laboral del periodista digital en Ecuador y su formación académica* se propone que:

[...] “El modelo de la prensa tradicional en el ámbito periodístico ecuatoriano se mantiene, los modelos tecnológicos se aplican de manera parcial y en algunos casos son un accesorio... ‘en Ecuador, la estructura humana y material del diario digital aún depende demasiado, en su configuración y en sus planes del trabajo cotidiano, de lo que haga la redacción del diario impreso’...”. (Punín; Et. Al., 2015, p. 34).

El formato digital en la prensa ecuatoriana aún se ve enmarcada por la necesidad de incluir ciertos elementos del periodismo convencional, ante tal situación es necesario reiterar que en la cita anterior se manifiesta claramente que los componentes digitales multimedias (fotos, vídeos, audios, etc.) son considerados simplemente como accesorios en el periodismo digital. Sin embargo, es pertinente acotar que el uso de aquellos elementos constituye una parte fundamental para la redacción de los contenidos informativos.

En Julio de 2017 se realizó el último sondeo para conocer el Ranking de Redes Sociales en Ecuador por parte de la web [www.formaciongerencial.com](http://www.formaciongerencial.com) (Anexo 4), la cual recomienda interpretar este ranking, ante el comportamiento del usuario ecuatoriano en la web, destacando entre sus preferencias los formatos, contenidos y plataformas de mayor consumo.

Existen 13.2 millones de personas en territorio nacional con acceso a internet, de las cuales 11 millones de ecuatorianos tienen una cuenta personal en la RSD como Facebook, por su parte la RSD Twitter acoge a 800 mil usuarios, mientras que Instagram alcanza 3.1 millón de internautas en el territorio nacional.

Alcazar (2017) planteo un ranking de páginas y medios web más visitados en Ecuador, donde se encuentra en primer lugar y en ambas listas, la palestra digital

de diario “El Comercio” [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com) seguido por diario “El Universo” [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com) en segundo lugar y “Ecuavisa” [www.ecuavisa.com](http://www.ecuavisa.com) en tercer lugar (Anexo 1 y 2).

La ciudadanía ecuatoriana en general, tiende a centrar su búsqueda en redes sociales, videos, interacciones y noticias, no obstante, el consumo digital va evolucionando día a día al utilizar más recursos y formatos digitales. Tomando en cuenta los resultados estadísticos donde vemos el alcance de las plataformas web , es necesario que los periodistas aprendan a forjar un espacio en las plataformas digitales, donde las redes sociales son más que una herramienta, son la conexión inmediata con el mundo, donde hay que aceptar la dinámica de la audiencia. Algo que promovió y aumentó el uso de la red para mantenerse informado, es la inmediatez con lo que se recepta la noticia, la colectividad constantemente busca enterarse lo que está ocurriendo en el momento; lo de ayer desaparece ante el usuario digital.

Para (Freire, 2008) los social media configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro.

Un 70% de los medios digitales de Ecuador actualizan diariamente sus contenidos informativos. Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos digitales, son los que cumplen con el criterio de inmediatez y con este mismo criterio actualizan las redes sociales de las que disponen. Según el último censo de población y vivienda realizado en 2010, el Ecuador tiene 14,3 millones de habitantes, a través de este mismo estudio, contrastando con las cifras que maneja el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de Información (MINTEL), existe un 31,4 % de personas que afirman haber accedido a Internet en 2010. La última cifra que brindó el MINTEL fue en septiembre de 2012, donde un 54,58 % de la población afirma haber accedido a Internet lo que representa 8'176.240 usuarios activos hasta esa última fecha que se realizó el censo.

En la actualidad existen alrededor de 40 diarios nacionales de circulación permanente, los más importantes y de mayor tirada se venden en su edición impresa

a nivel nacional, y los restantes circulan físicamente a nivel de sus propias provincias. A partir de la revolución digital de la información y el internet, se puede acceder a cualquier plataforma informativa desde cualquier parte del mundo, por medio de un celular, *tablet* u ordenador con acceso a una conexión web. Ecuador cuenta con un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y 4 revistas. Los principales ejes noticiosos en estos medios son: nacionales, política, internacional, deporte, opinión, economía y negocios.

En el contexto nacional, el primer diario de publicación en apostar a la digitalización informativa fue el medio impreso “Diario Hoy”, el cual ha publicado ininterrumpidamente desde 1982, pero no fue hasta 1994 que se convirtió en el primer periódico en línea de Ecuador (Rivera, 2013). Otro de los pioneros en digitalizarse fue diario “El Comercio” que en 1996 apareció en la web con la página principal escaneada de su edición impresa.

El diario La Hora aparece en Internet en 1998 presentando un sitio con tablas en HTML con una buena distribución de secciones en la portada. Los diarios Expreso y Extra con sus dominios Expreso.ec y extra.ec aparecen en 2007, aunque no se confirma si tenían otros dominios con los que exista información registrada.

#### **2.4 PERFIL DEL PERIODISTA INDEPENDIENTE ONLINE O FREELANCER**

Frente a la convergencia del periodismo digital algunos periodistas formados en el aspecto tradicional se vieron en la necesidad de migrar su trabajo a las plataformas digitales, lo cual significó una transformación ineludible en su forma de producir las noticias, ya que además de conocer las técnicas de redacción para la elaboración de contenidos informativos, también debían tener habilidades relacionadas al manejo de plataformas digitales. A pesar de aquel ‘obstáculo’, muchos pudieron adaptarse, además, por otra parte, en la actualidad se están formando periodistas especializados en este tipo de periodismo, los cuales cuentan con un amplio conocimiento en el manejo de herramientas digitales.

En el artículo Periodistas de medios digitales vs. Medios tradicionales: características sociodemográficas y amenazas externas e internas a su autonomía se precisa que:

[...] “El perfil profesional y sociodemográfico de los periodistas de los medios digitales nativos... se trata de periodistas más jóvenes y con menos experiencia, menor estabilidad laboral y con puestos de responsabilidad dentro del medio, debido, entre otras cosas, a que la mayoría de los medios digitales nativos son muy pequeños”. (Berganza; Et. Al., 2016, p. 185).

Los periodistas digitales cuentan con dos factores fundamentales que son: la edad y su escasa experiencia laboral. Esta última característica se encuentra presente por la saturación de las plazas de trabajos en los medios tradicionales, y ante tal desacierto se ven obligados a buscar empleos en medios digitales o ejercer periodismo de manera independiente o *FreeLancer*.

En el artículo El periodismo en línea de Tabasco se puntualiza que:

[...] “Los nuevos periodistas en línea están obligados a adquirir habilidades en el uso de los programas de cómputo, a pensar en un nuevo formato de escritura que se resume en la brevedad y a considerar, como prioridad, que aquello que está sucediendo como noticia no debe esperar para el día siguiente como sucede aún con el periodismo convencional. (Cerino, 2017, p.16)

La inmediatez es un elemento primordial dentro del periodismo digital, por tal motivo, el uso de textos está limitado dentro de la redacción, y para ello es oportuno el empleo de diferentes herramientas tecnológicas que permitan la pronta difusión del contenido, siempre y cuando lo que se transmita cuente con las premisas del periodismo, es decir, que sea contrastado, verídico y objetivo.

En la tesis Análisis del periodismo digital y su influencia comunicacional, en los estudiantes de sexto semestre de la facultad de comunicación social, de la Universidad de Guayaquil, año 2018 se fundamenta que:

[...] “El periodista debe tener un conocimiento en cuanto al tipo de redacción que ejecuta, a qué tipo de público va dirigido el tema o en algunos de los casos

la línea editorial que manejan en dicho medio de comunicación. Sabiendo que su palabra podría ser apoyada o también catalogada como imprudente, esta sería una de las razones la cual depende manejar un propio estilo que te identifiquen como periodista”. (Camaton, 2018, p. 19).

Los estilos periodísticos son aquellos que logran diferenciar a un periodista de otro, dentro de aquellos estilos el productor de la información debe redactar los contenidos.

## **2.5 PRINCIPALES MEDIOS DIGITALES EN ECUADOR**

Los medios digitales se han constituido como la principal fuente de empleo para muchos periodistas que no encuentran una plaza de trabajo dentro de los medios tradicionales, por esta razón migran a aquellos medios digitales, donde efectúan su trabajo bajo los parámetros de un periodismo independiente.

En la investigación de Andrea Paucar, anteriormente ya citada, se especifica que “actualmente existen 60 medios de este tipo, entre los más reconocidos están Plan V, La República, Rayuela Radio, Gkillcity, 4 pelagatos, entre otros”.

Por otra parte, en el artículo denominado Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen se concibe que:

“Existe un aproximado de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas. (...) Las provincias con mayor cantidad de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro”. (Rivera, 2013, p. 117).

### **2.5.1 PLATAFORMAS DIGITALES PERIODÍSTICAS.**

Las plataformas digitales se han posicionado como las socias principales de los periodistas a la hora de producir cierto tipo de información, ya que con ellas han traspasado las barreras tanto económicas como financieras que les pudiesen impedir de una u otra manera el ejercicio de sus actividades laborales.

En el texto La comunicación transmedia en el campo del periodismo se menciona que:

[...] “A los y las profesionales de la comunicación se les exige que sepan trabajar con las redes sociales y con contenidos multimedia. En este sentido, existen tecnologías destinadas a la producción periodística en dispositivos de telefonía móvil como el iPhone 6 o plataformas como Twitter, Google+ y Facebook. Las redes sociales, hoy, son ejemplos ideales para hacer periodismo y entre estas destaca la blogosfera, conducida por reconocidos profesionales o expertos”. (Peñafiel, 2015, p.2).

A través del empleo de las diferentes plataformas digitales se ha logrado un enriquecimiento en la comunicación, puesto que cada una de ellas se adapta a las necesidades de los usuarios, facilitando de esta manera la aceptación de los contenidos que en ellas se difunden. Por otra parte, el uso de estos sitios webs no está basado solamente para los periodistas, sino también para que los cibernautas se conviertan en fuentes de información, que muchas de las veces sirven como premisas para los medios digitales.

En el trabajo La prensa de las plataformas: Cómo Silicon Valley reestructuró el periodismo se sugiere que:

[...] “Las herramientas para ayudar a que los editores publiquen material en plataformas específicas -como Facebook Live, Instagram Stories, Snapchat Discover y Twitter Moments- cumplen el doble propósito de permitir que periodistas y organizaciones periodísticas produzcan narrativas directamente para una plataforma y también permitir que las plataformas incentiven el tipo y formato del periodismo que deciden acoger”. (Bell; Et. Al., 2017, p. 26).

Las plataformas webs se han amoldado a las necesidades periodísticas, incluyendo en ellas herramientas que faciliten el trabajo de los editores de las noticias; un caso notable de esto es la implementación de los Stories o videos Live, especialmente en Facebook, que permiten la transmisión de información inmediata y

en directo a los diferentes puntos de un localidad, sin la necesidad de contar una antena microondas, el espectador podrá apreciar en tiempo real el suceso.

Facebook y Google han logrado consolidarse como las plataformas donde mayor circulación de tráfico de noticias se da. En el caso de Facebook, esto se debe a que como es una de las redes sociales con mayores usuarios en el mundo, la accesibilidad de las personas hacia ella es inmediata, por lo tanto, cuando un hecho noticioso sucede, los medios digitales difunden la información por esta red y en menos de un minuto aquella publicación ha sido repostada un sinnúmero de veces, produciendo de esta forma un tráfico de noticias dentro de ella.

Sandra Defelipe, en el Blog denominado 10 herramientas digitales básicas para periodistas enumera las siguientes plataformas relacionadas al periodismo Freelancer:

- **Evernote:** Permite apuntar de manera digital notas textuales y de audio, los cuales pueden ser compartidos. Dentro de esta aplicación el usuario debe iniciar sesión y puede acceder a ella desde cualquier dispositivo.
- **Twitter:** Esta red social en la actualidad es conocida como un espacio de curaduría de contenidos digitales.
- **Feedly:** Este formato RSS permite monitorear temas y seguir información.
- **Periscope:** Esta herramienta es ideal para transmisión en vivo, solo es necesario un dispositivo una buena cámara, excelente conexión a internet y una batería duradera.
- **Piktochart:** Esta plataforma proporciona recursos y plantillas para la elaboración de infografías.
- **Canva:** Ofrece una variedad de diseños para la producción de imágenes,

que pueden ser usadas en diferentes formatos, que van desde redes sociales hasta los famosos blogs.

- **Suite de Google:** Este elemento hace referencia a la variedad de opciones que brinda Google tales como: Google documents, que permite el uso de plantillas de Microsoft office; Google Charts, Many eyes; ayuda a visualizar datos; Document Cloud; Google fusión table.

## 2.6 MARCO CONCEPTUAL

### **Hipermedia:**

Toma su nombre de la suma de hipertexto y multimedia, una red hipertextual en la que se incluye no sólo texto, sino también otros medios: imágenes, audio, vídeo, etc.

### **Red Social**

Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación didáctica o lazo interpersonal.

### **Redes Sociales Digitales**

Espacio en el que se genera interacción social a través de identidades digitales (usuarios); estos espacios pueden ser cerrados o abiertos:

- ✓ **Espacio Cerrado.** - es cuando la interacción se produce en un mismo sitio con unas mismas reglas y un mismo interfaz para todos los usuarios, cuyas opciones están definidas de antemano por el gestor. Casos como Facebook, Twitter, Tuenti, LinkedIn, etc. Los espacios cerrados también se definen por la utilidad que ofrecen, cuando más cerrado es el espacio y menos depende de conexiones externas más definida es su utilidad.
  
- ✓ **Espacio Abierto.** - es cuando la interacción se produce en diferentes sitios, con diferentes gestores y diferentes normas: por ejemplo, redes de blogs. Cada Blogger gestiona su sitio, sus comentarios, etc. La red se establece por los links que se intercambian, los comentarios mutuos y el hábito de visita de unos a otros.

### **Crossmedia**

Consiste en extender la historia a otros formatos, pero éstos no tienen sentido por si solos, y es necesario experimentar el conjunto para comprenderlos.

### **Transmedia**

Consiste en extender la historia a otros formatos, pero éstos tienen sentido por si solos, y no es necesario experimentar el conjunto para comprenderlos.

### **Multimedia**

Que está destinado a la difusión por varios medios de comunicación combinados, como texto, fotografías, imágenes de video o sonido, generalmente con el propósito de educar o de entretener.

## **Nativos Digitales**

Son los niños y jóvenes nacidos a partir de 1980, tienen destrezas con la computadora, tienen destrezas y formas de comunicarse que los mayores que los mayores no pueden entender. Son consumidores y productores de casi todo lo que existe en la red.

## **Inmigrantes Digitales**

Son las personas nacidos en la era pre-digital entre los años 1940-1980 se considera que han sido espectadores del proceso tecnológico.

## **Ciberperiodismo**

Periodismo digital, también llamado periodismo web o periodismo en línea o web periodismo, designa la modalidad del periodismo que tiene a Internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general como sus medios auxiliares.

## **Internauta**

Es un neologismo resultante de la combinación de los términos Internet y del griego ναύτης (nautes, navegante), utilizado normalmente para describir a los usuarios habituales de Internet o red. Un internauta es todo aquel que navega constantemente en la red.

## **Convergencia**

Procede del vocablo latino convergens, refiere al acto de converger. Este verbo a su vez alude a aquello que coincide a una misma posición o que tiende a unirse o a encontrarse con algo.

## **Facebook**

Es el libro de las caras que se difunde en las universidades (anuarios), de ahí el creador de la famosa red social tomó la idea para montar su web y así empezando

con los miembros de su universidad se amplió la red mundialmente hasta convertirse en una de las redes sociales más importantes del mundo.

### **Twitter**

Es una de las redes sociales más famosas que existe en la actualidad, este es el lugar donde muchas personas alrededor del mundo comparten información a través de mensajería instantánea. Twitter es un término en inglés que en nuestro idioma significa.

### **Ranking**

(De voz inglesa) clasificación que ordena a sus elementos por orden de importancia o preferencia

### **TIC**

Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

## **2.7 MARCO LEGAL.**

### **Ley Orgánica de Comunicación**

#### **Título I Disposiciones preliminares y definiciones**

**Art. 1.-** Objeto y ámbito. - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

**Art. 4.-** Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

**Art. 5.-** Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las 20 personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

## **Derechos a la Comunicación / Sección II / Derechos Desigualdad e Interculturalidad**

**Art. 35.-**Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación

Con la Ley de Comunicación todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para ejercer sus derechos y potenciar su desarrollo.

Aparte de los derechos del acceso a los medios tradicionales, existe el derecho para los comunicadores sociales, todo lo referente al uso de la tecnológica y sus evoluciones que permitan maximizar la difusión de contenidos periodísticos.

### **Derechos de los Comunicadores**

**Art. 40. -** Derecho a la reserva de la fuente- Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la

información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior. La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzadamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

## **CAPITULO III**

### **3 METODOLOGÍA**

El presente capítulo bosqueja el planteamiento metodológico, alcance, diseño y tipología investigativa; su aporte sustentara las concepciones científicas y teóricas que se desarrollan en el proceso de análisis, así como la definición de sus herramientas de recolección, universo y muestra, para la aplicación de su estructura metodológica, aportando y definiendo las causales principales del objeto de estudio.

#### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

El enfoque planteado en la investigación es de carácter Mixto (Cualitativo-Cuantitativo), por las diferentes necesidades que desarrolla el objeto de estudio; como su alcance que es la comunidad de estudiantes laicos tomando como referencia, dos cursos de séptimo semestre y dos de octavo semestre del periodo 2018 – 2019 B, que componen la carrera de periodismo de la facultad de Ciencias Sociales y Derecho, considerando las perspectivas principales y necesidades como futuros profesionales para emprender propuestas de periodismo

#### **3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es de carácter descriptivo puesto que establece las características y funciones del objeto de estudio, estableciendo suficiente conocimiento acerca de la problemática, tal es el caso del presente trabajo donde se analiza la influencia del periodismo multimedia en plataformas web, a través del proyección del periodismo independiente en la ciudad de Guayaquil, teniendo como trasfondo investigativo el aspecto formativo de los estudiantes de periodismo para proyectar emprendimientos digitales informativos independientes.

### 3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

**Investigación Aplicada.** - El énfasis del estudio, está en la resolución práctica de problemas, centrándose específicamente en cómo se pueden llevar a la práctica las teorías generales, la característica más destacada de la investigación aplicada es su interés en la aplicación y en las consecuencias prácticas de los conocimientos que se han obtenido, la predicción de un comportamiento específico en una situación definida.

**Investigación exploratoria.** - Se efectúa sobre un tema u objeto poco conocido o estudiado, orientando a conocer las variables que intervienen en el fenómeno de análisis, la característica exploratoria en el presente tema se proyecta ante el desarrollo de nuevas propuestas o formatos que proyecten propuestas informativas independientes o FreeLancer en la ciudad de Guayaquil, siendo la perspectiva investigativa poco abarcada o identificada desde los tópicos formativos y de construcción de emprendimientos.

**Investigación Descriptiva.** - Toma un hecho o fenómeno, con el propósito de establecer su comportamiento, permitiendo a través de este estudio medir las variables implícitas en los objetivos de la investigación.

**Investigación Explicativa.** - Busca el porqué de los fenómenos o hechos, mediante las relaciones de causa – efecto, en este caso específico de como los procesos formativos influyen la proyección en la construcción de propuestas web informativas de índole independiente en la ciudad de Guayaquil y el desarrollo que se manifiesta en los diferentes entornos y contextos de la sociedad ecuatoriana.

A continuación, se presentan las formas de investigación utilizadas en el presente trabajo:

**Investigación de Campo.** - La población es el principal objeto de estudio en este tipo de investigación, se toma en cuenta los pensamientos, el impacto que tiene el tema no solo en las personas encuestadas sino a sus familiares, conocer su perspectiva de la investigación o problemática planteada. Dentro del caso específico del presente tema se toma como consideración los colectivos estudiantiles es decir

los estudiantes, que están cursando actualmente séptimo y octavo semestre de la carrera de periodismo de la ULVR, en sus respectivas jornadas académicas dentro del período lectivo 2018 – 2019 B.

**Investigación Bibliográfica.** - El campo de estudio, conlleva a una serie de investigaciones históricas, evolutivas y de adaptación, es por eso que se han usado varias técnicas de recolección de datos apoyadas en fuentes de primera mano, así como ensayos y artículos científicos que sustenten el accionar y sustento del presente tema.

### 3.4 MÉTODOS TEÓRICOS

**Inductivo-Deductivo.** - La implementación de estos métodos permite ir del razonamiento lógico para estructurar conclusiones.

**Analítico Sintético.**- Se utilizó este método para separar cada uno de los elementos que forman parte de la investigación donde se observó su problemática su reacción su evolución para luego sacar conclusiones de tipo particular.

**Histórico Lógico.** - Se relaciona con el estudio de la trayectoria que siguen los fenómenos y eventos a través de un período o línea de tiempo. Las leyes generales que definen y explican el funcionamiento y desarrollo del fenómeno de investigación está dado por lo lógico; ambos aspectos, histórico y lógico, se complementan y relacionan mutuamente.

### MÉTODOS EMPÍRICOS

**Observación.** - Este método se lo ha utilizado de manera total para hacer un diagnóstico del contexto actual a través de una observación simple de la realidad, con la finalidad de establecer cuáles son las características que se presentan en el contexto del tema investigado por la presente autora, que permiten esquematizar la problemática de proyección del periodismo independientes en contextos digitales.

### **3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas constituyen el conjunto de herramientas o recursos que permiten la recolección, conservación, análisis y transmisión de los datos que se obtienen del fenómeno u objeto investigado. Las técnicas representan el recurso que emplea el investigador para poder acceder directamente a los hechos y al conocimiento que implican. Entre las técnicas a utilizar se tiene la observación y la encuesta, cuyos instrumentos corresponden al cuestionario y la entrevista, las mismas que permitirán dilucidar todos los aspectos y características que se proyectan para incurrir en la producción digital de contenidos informativos independientes.

### **3.6 MUESTRA POBLACIONAL**

#### **3.6.1 POBLACIÓN**

Dentro de una proyección investigativa la población comprende el conjunto total de personas, eventos u objetos que tengan características en común, dentro de una investigación es necesario tomar en cuenta las características esenciales para realizar la selección como espacio, cantidad, tamaño homogeneidad y tiempo del mismo.

#### **3.6.2 MUESTRA**

El subconjunto que representa a la población escogida en la proyección investigativa se referencia como muestra, su tamaño o cantidad dependerá de la certeza y precisión con la que el investigador trabaje su estudio.

#### **3.6.3 MUESTREO**

El muestreo representa la selección de la muestra a partir de la población. El muestreo optimiza recursos, tiempo y esfuerzo. Al obtener una muestra, el estudio del trabajo de investigación se enfoca directamente sobre ella. Se pueden plantear dos tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. Para el caso del muestreo

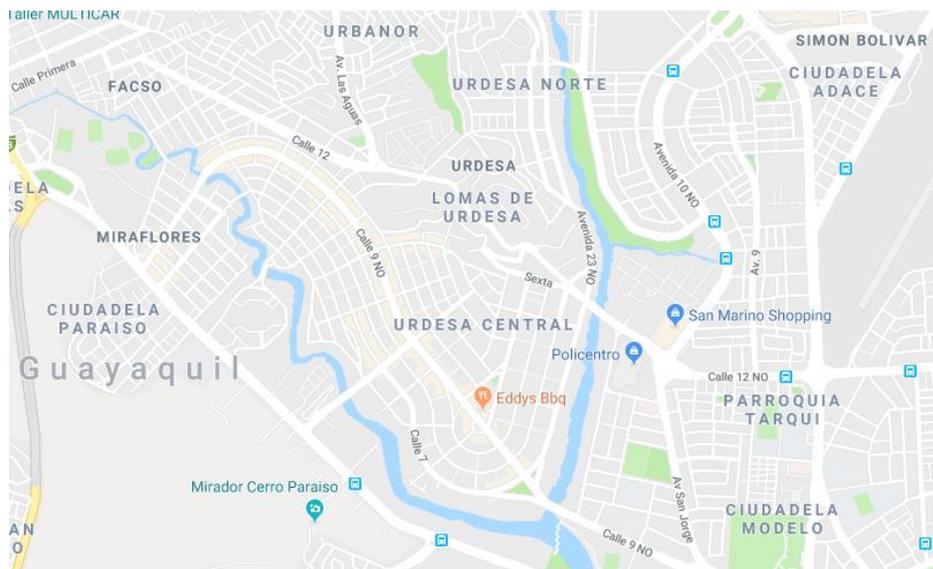
no probabilístico, los elementos que integran la muestra son seleccionados de acuerdo a criterios determinados por el investigador, teniendo en cuenta que la selección sea lo suficientemente representativa. En el muestreo probabilístico, todos los individuos o elementos que integran la población disponen de la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, de manera aleatoria pero representativa.

**Tabla 2. Universo y Muestra**

<b>Estudiantes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Séptimo semestre Mañana / Tarde	50	50%
Octavo Semestre Mañana / Tarde	50	50%
<b>Total de estudiantes</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Universo y Muestra

Autora: Bella Martínez



**Gráfico .1 Ubicación Objeto de Estudio**

Fuente: Google Map

#### **3.6.4 MUESTRA**

Para la selección de la muestra, la autora del presente trabajo ha considera en su totalidad el universo, puesto que la cantidad es menor a los 100.000, y es por ser una cifra manejable, no se aplicara una formula determinada.

**Tamaño de la muestra:** 100 personas

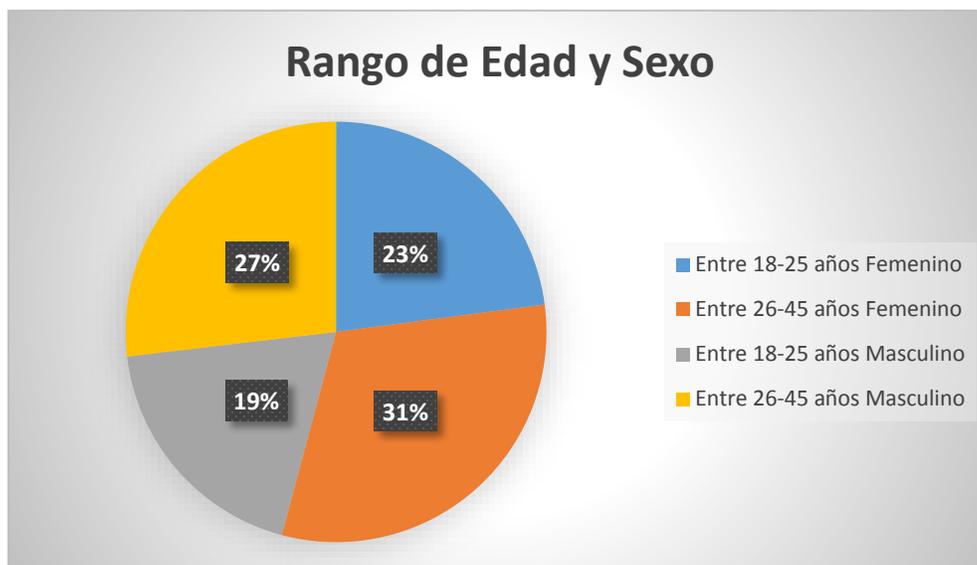
**Filtro:** Rango de edad y sexo de las personas encuestadas

**Tabla 3.** Filtro: Rango de edad y sexo

Opciones	Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18-25 años	Femenino	32	23%
Entre 26-45 años	Femenino	18	31%
Entre 18-25 años	Masculino	24	19%
Entre 26-45 años	Masculino	26	27%
<b>Total</b>		100	100%

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 2.** Rango de edad y sexo

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

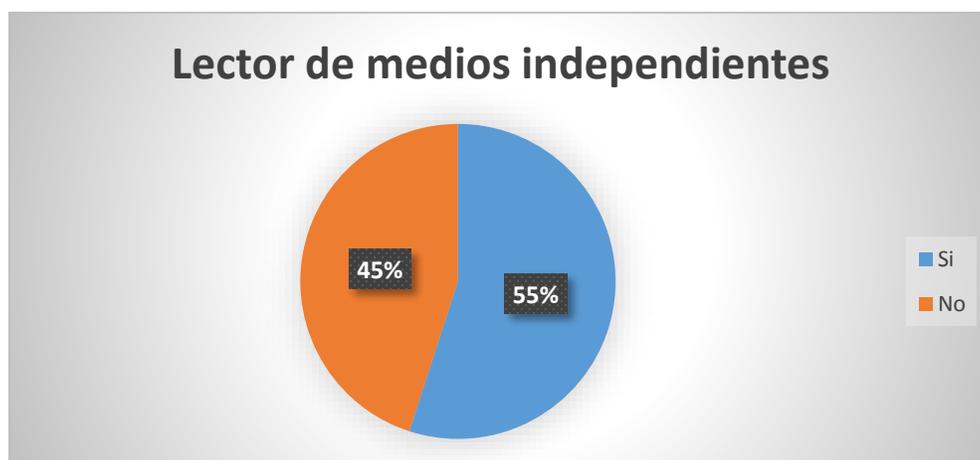
**Pregunta 1:** ¿Es usted lector de algún medio informativo independiente?

**Tabla 4.** Lector de medios independientes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	47%
NO	45	53%
Total	100	100%

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 3:** Lector de medios independientes

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

### **Análisis**

Se puede denotar a través de la siguiente pregunta que existe un número significativo de personas que son partidarias de la lectura de medios informativos independientes dentro de la comunidad académica, y un mínimo afirma no ser parte de su lectura cotidiana o seguimiento.

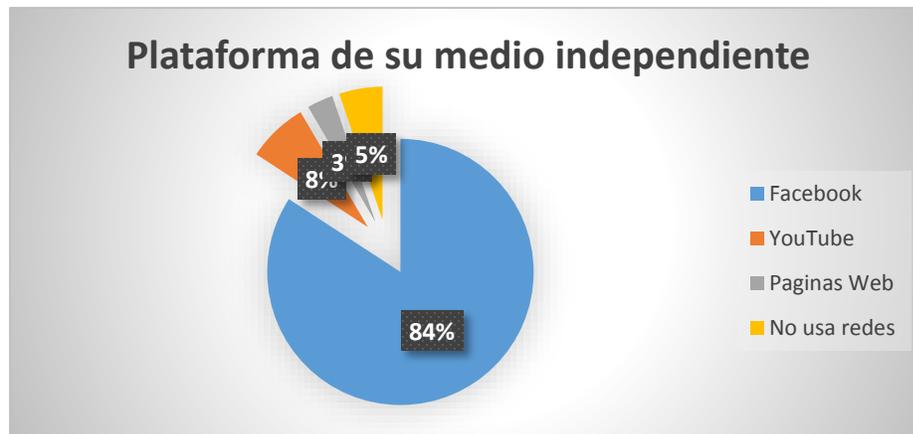
**Pregunta 2:** ¿En qué plataforma Digital se encuentra su medio independiente para brindar información?

**Tabla 5:** Plataforma de su medio independiente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
FACEBOOK	80	84%
TWITTER	5	2%
YOU TUBE	7	6%
PAGINAS WEB	3	3%
NO USA RED SOCIAL	5	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 4:** Plataforma de su medio independiente

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

## Análisis

La plataforma de mayor interacción y aplicación según los encuestados es Facebook la cual lidera la tabla de aceptación, dejando atrás a Twitter que en esta población alcanzó pequeño porcentaje de uso, seguido de plataformas web oficiales.

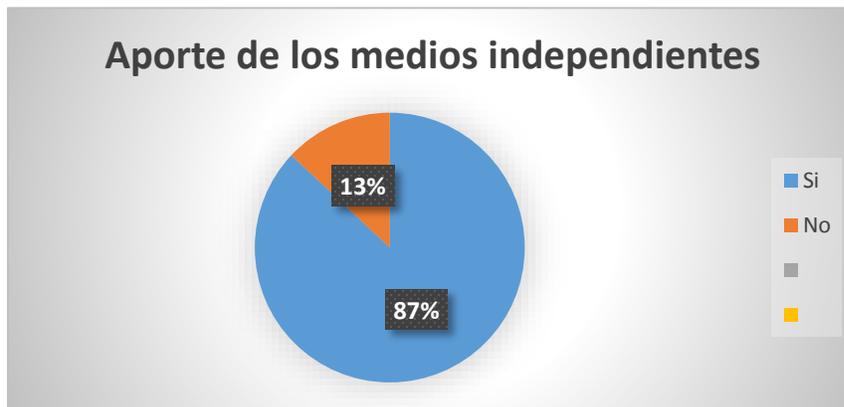
**Pregunta: 3** ¿Considera usted que los medios independientes informativos aportan un contexto diferente y necesario para mantenerse informados?

**Tabla 6:** Aporte de los medios independientes al contexto noticioso

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>SI</b>	87	87%
<b>NO</b>	13	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 5:** Aporte de los medios independientes al contexto noticioso

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

### **Analisis**

A través de esta pregunta se pudo definir la tendencia e importancia que tiene el aporte noticioso de los medios independientes, tomando como consideración, que una gran parte de la muestra considera que aportan dentro del contexto noticioso e informativo de forma relevante.

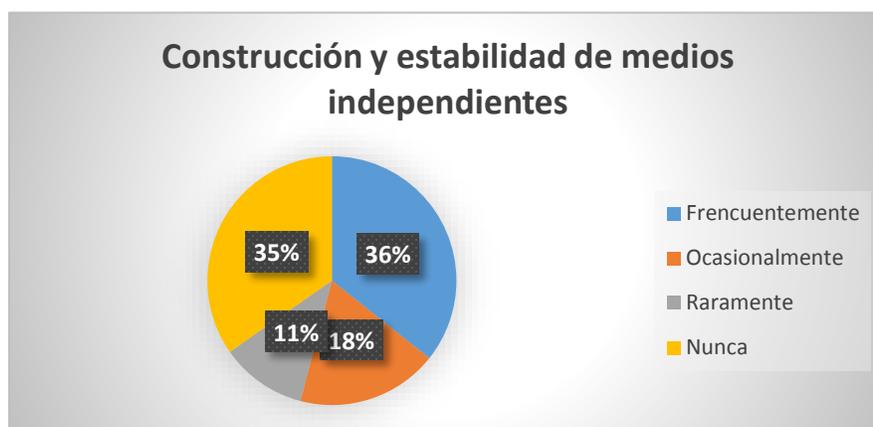
**Pregunta 4:** ¿Considera usted que las propuestas independientes logran construir y establecer estabilidad como medios informativos en nuestra sociedad ecuatoriana?

**Tabla 7:** Construcción y estabilidad de medios independientes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>FRECUENTE</b>	35	36%
<b>OCASIONALMENTE</b>	15	18%
<b>RARAMENTE</b>	28	11%
<b>NUNCA</b>	22	25%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 6:** Construcción y estabilidad de medios

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

## Analisis

Mediante esta pregunta se logra evidenciar que la muestra establece que la estabilidad de los medios independientes dentro del contexto de funcionalidad es frecuente, pero no todos alcanzan mantenerse en el mercado competitivo de medios informativos con un porcentaje considerable.

**Pregunta 5:** ¿Cómo calificaría las publicaciones que realizan los medios independientes que usted consume diariamente?

**Tabla 8:** Calificación de las publicaciones informativas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>EXCELENTE</b>	28	28%
<b>MUY BUENAS</b>	42	42%
<b>BUENA</b>	10	10%
<b>REGULARES</b>	14	9%
<b>MALAS</b>	6	3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 7:** Calificación de las publicaciones informativas

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

## Análisis

Los post o publicaciones que se emiten en los medios independientes son calificadas como muy buenas en función de sus contenidos e interacción con el público.

**Pregunta 6:** ¿Cuál de los siguientes medios tradicionales considera usted que ha tenido un gran porcentaje de transformación a lo medios digitales?

**Tabla 9:** Medios tradicionales con mayor transformación a las plataformas digitales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
TV	28	28%
RADIO	25	25%
PRENSA	45	45%
NINGUNA	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 8:** Medios tradicionales con mayor transformación a las plataformas digitales

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

## Analisis

Esta pregunta rompe una brecha, que durante años se maneja en el periodismo y es el predominio de la tv como ente principal de todo, en esta situacion la prensa escrita destaca como medio de mayor integracion de las plataformas digitales seguido de la radio.

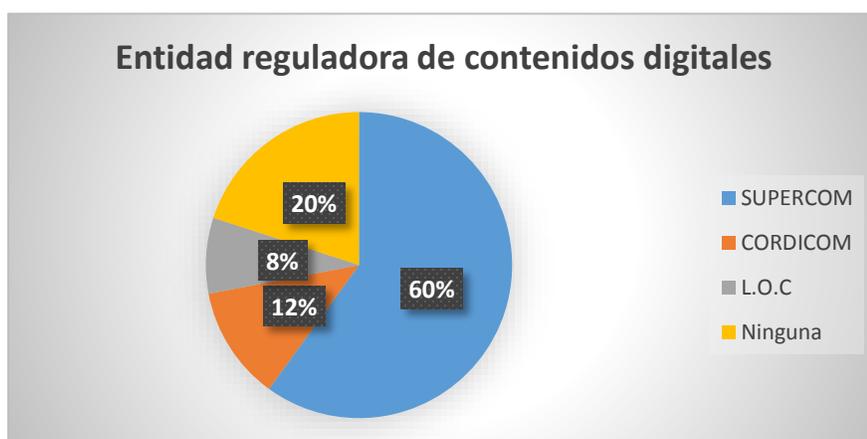
**Pregunta 7:** ¿Cuál entidad considera usted, que se encarga de regular los contenidos y formatos de los medios independientes digitales?

**Tabla 10:** Entidad reguladora de contenidos digitales

Opciones	Frecuencia	%
<b>SUPERCOM</b>	60	60%
<b>CORDICOM</b>	12	12%
<b>L.O.C</b>	8	8%
<b>Ninguna</b>	20	9%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 9:** Entidad reguladora de contenidos digitales

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

## Análisis

Los encuestados definieron que la supercom es la entidad reguladora principal de los contenidos digitales informativos, a pesar de que no está estipulado de forma clara en la L.O.C, quien debe gestionar esta función.

**Pregunta 8:** ¿En que region de nuestro pais, considera usted que existe mayor afluencia de maedios independientes digitales?

**Tabla 11:** Región con mayor presencia de medios digitales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Costa	20	47%
Sierra	75	29%
Oriente	5	24%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez



**Gráfico 10:** Región con mayor presencia de medios digitales

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Bella Martínez

### Analisis

La muestra encuestada destaco que existe una gran presencia de medios digitales independientes en la region sierra asi como observatorios de medios, seguido de la region costa y sierra.

### 3.7 ENTREVISTA

Para obtener una visión más amplia de este estudio, se realizó una entrevista formal al editor web y periodista 2.0, Lcdo. Santiago Neumane, quien ejerce el periodismo desde 1995; trabajo en radio CRE Satelital (560 AM) hasta 1996, luego comenzó a colaborar en su actual medio, diario “El Universo”, como reportero de la sección de comunidad. Ha realizado coberturas sobre temas políticos, económicos, crónica roja, comunidad, cultura, ambiente, religión y deportes; actualmente es quien maneja toda la parte informativa que se sube a las redes sociales digitales que tiene nuestro objeto de estudio.

**P1.- ¿Cómo considera la brecha tecnológica de las notas en las plataformas digitales independientes de Guayaquil?**

R1.- Hace más de 20 años diarios como “El Universo” bordean la brecha tecnológica, desde aquel entonces el material impreso migraba con su misma información a la web, pero con el pasar de los años se ha apreciado una evolución y actualización de las noticias, ya que el público empezó a consumir información durante todo el día, y es porque a la gente le interesa “el aquí y el ahora” manifestó el editor.

**P2.- ¿Considera usted que las RSD (Redes Sociales Digitales) del medios independientes tienen mayor influencia y aceptación por parte de la ciudadanía ecuatoriana que otros de mayor formalidad?**

R2.- Los medios tradicionales van a la par de la tecnología y mantiene también cuentas en varias redes sociales digitales como: Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn y Pinterest, según el grado de consumo y aceptación por parte de la ciudadanía, y por ende mayor cantidad de seguidores, que en su mayoría ha optado por dejar de comprar el diario para mantenerse informados a través de las RSD. Casos como este se evidencia a nivel mundial desde que existe internet, realizando el

periodismo una importante y necesaria convergencia hacia las plataformas digitales para evolucionar.

**P3.- ¿Cuál es el público delimitado por parte de la plataforma web de medios independientes para el consumo de sus notas?**

R3.-El público consumidor medios independientes y seguidores en general de los mismos, comprenden personas desde 25 años hasta 55 años, quienes a diario revisan las publicaciones, comentan y repostean, convirtiendo las notas en tendencia y a su vez dándole realce sobre las demás noticias de otros medios tradicionales o populares.

**P4.- ¿Cuáles son las características que deben tener las notas en Redes Sociales para convertirse en tendencia, bajo la perspectiva de este tipo de medios?**

R4.-Los medios independientes no tienen como objetivo en convertirse en tendencia, simplemente el único interés que tienen, es mostrar los hechos tal como ocurre contestando las 5 interrogantes básicas de una noticia para una mejor comprensión del seguidor o internauta en este caso, a través de un formato menos apegado a rígidos estándares de trabajo.

**P5.- ¿Cuáles considera usted, que pueden ser las principales noticias para dentro de este año y durante estos procesos de gobernabilidad en el país?**

P5.-En el contexto del escenario informativo, en estos meses se destaca el ámbito político enfatizo, (época de elecciones), estos temas de servicio son los que más se comparten y comentan, como horarios de atención del registro civil o conocer quienes formaban parte de la junta receptora del voto. Otros de los puntos de mayor interés es conocer el perfil de cada candidato para que la ciudadanía conozca al futuro

representante de la dignidad que aspire, dándole su debido espacio y siendo todos invitados.

**P6.- ¿Considera usted que las publicaciones de los diversos medios tanto independientes como dependientes, influyen en las tomas de decisiones por parte de la ciudadanía?**

P6.-No considero que los medios digitales independientes o dependientes de un medio tradicional, sean influyentes en una toma de decisión, como fue el caso de las elecciones pasadas, ya que es el público quien decide que notas o contenidos asumir, de la misma forma el público busca nuevas propuestas de donde escoger propuestas y contenidos llamativos.

#### **Análisis De La Entrevista:**

- Neumane comenta que hace más de 20 años diarios como “El Universo” bordean la brecha tecnológica, desde aquel entonces el material impreso migraba con su misma información a la web, pero con el pasar de los años se ha apreciado una evolución y actualización de las noticias.
- Neumane menciona que los medios tradicionales van a la par de la tecnología y mantiene también cuentas en varias redes sociales digitales como: *Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn y Pinterest*, según el grado de consumo y aceptación por parte de la ciudadanía, y por ende mayor cantidad de seguidores.
- También destaco que el público consumidor medios independientes y seguidores en general de los mismos, comprenden personas desde 25 años hasta 55 años, quienes a diario revisan las publicaciones, comentan y repostean, convirtiendo las

notas en tendencia y a su vez dándole realce sobre las demás noticias de otros medios tradicionales o populares.

- Puntualizó también que los medios independientes no tienen como objetivo en convertirse en tendencia, simplemente el único interés que tienen, es mostrar los hechos tal como ocurre contestando las 5 interrogantes básicas de una noticia para una mejor comprensión del seguidor o internauta en este caso, a través de un formato menos apegado a rígidos estándares de trabajo.
- Referente al contexto del escenario informativo, en estos meses se destaca el ámbito político enfatizo, (época de elecciones), estos temas de servicio son los que más se comparten y comentan, como horarios de atención del registro civil o conocer quienes formaban parte de la junta receptora del voto.
- Indicó también que los medios digitales independientes o dependientes de un medio tradicional, sean influyentes en una toma de decisión, como fue el caso de las elecciones pasadas, ya que es el público quien decide que notas o contenidos asumir, de la misma forma el público busca nuevas propuestas de donde escoger propuestas y contenidos llamativos.

### **3.8 INFORME TÉCNICO FINAL**

- A través de la investigación, se concluye que la convergencia informativa presentada en las plataformas multimedia, por parte de los medios tradicionales, fue una medida necesaria por la presión del avance tecnológico, cambiando la forma del quehacer periodístico, para continuar a la par de la tecnología y con lleva a la creación de propuestas independientes informativas.

- Las plataformas digitales independientes se han convertido en una fuente informativa de primera mano, tal es el caso que el presente trabajo puntuó en primer lugar a las RSD en aspecto de consulta, búsqueda e información antes que la televisión.
- La fidelidad de las cifras o fuentes informativas es todavía una de los puntos débiles de este sistema comunicativo global, puesto que aunque es influyente a gran escala por la vitalización de contenidos, también es manipulable por tener formatos editables, lo que no incurre en los medios tradicionales, y en los cuales su regulación se encuentra presente ya sea por algún organismo (SUPERCOM – CORDICOM), o estatuto legal (LOC).

### 3.9 RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar para futuros trabajos, análisis comparativos acerca del manejo que otros medios les dan a sus redes sociales digitales, así como las reacciones de sus lectores web, para tener otras muestras y poder ampliar el estudio.
- Caracterizar las herramientas y competencias profesionales de los actuales periodistas, ante los fenómenos transmedia y crossmedia que se observan en los diversos recursos digitales a la hora de ejercer su labor informativa en un diario web 2.0.
- Tomar en consideración esta investigación como referencia para futuros estudios sobre el tema y como aporte a los estudiantes y líneas de investigación de periodismo digital.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Freire, F. C. (2008). *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)
- González, E. (17 de enero de 2017). Redes sociales y periodismo . (Trecebits.com, Entrevistador) Obtenido de Trecebits: [www.trecebits.com](http://www.trecebits.com)
- Guallar, J., Rovira, C., & Ruiz, S. (noviembre-diciembre de 2010). *Multimedialidad en la prensa digital*. Obtenido de <http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>
- Rivera, J. (27 de diciembre de 2012). Obtenido de <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf>
- Rivera, J. (Febrero de 2013). Obtenido de <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/79>
- Bell, Emily; Et. Al. (2017). *La prensa de las plataformas: Cómo Silicon Valley reestructuró el periodismo*. Barcelona, España: Blanquerna-Universitat Ramon Llull.
- Bellón, Ana. (2018). Gabinetes de comunicación del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación: el puente que cruza la I+D+i para llegar a los medios. *Revista COMMUNICATION PAPERS –MEDIA LITERACY & GENDER STUDIES*. Vol. 7, No. 13, p. 242.
- Berganza, Rosa; Et. Al. (2015). Periodistas de medios digitales vs. Medios tradicionales: características sociodemográficas y amenazas externas e internas a su autonomía. *El profesional de la información*. Núm. 2, vol. 25, p. 185.
- Calderón, Santiago. (2017). *Periodismo digital o ciberperiodismo*. México: CESOP-Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.

- Camaton, Ana. (2018). Análisis del periodismo digital y su influencia comunicacional, en los estudiantes de sexto semestre de la facultad de comunicación social, de la Universidad de Guayaquil, año 2018. Trabajo de Graduación. Facultad de Comunicación Social: Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Cerino, Kristian. (2017). El periodismo en línea de Tabasco. CINZONTLE. Año 9, núm. 20, p. 16.
- García, Rosa. (2018). Periodismo independiente y su incidencia en el acelerado crecimiento de medios de comunicación digital en la ciudad de Loja, durante el período enero-agosto 2016. Tesis de licenciatura. Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación: Universidad Nacional de Loja. Ecuador.
- Paucar, Andrea. (2017). ¿Cómo se hace periodismo de investigación en Ecuador?. Tesis de grado. Facultad de Comunicación y artes visuales: Universidad de las Américas. Quito, Ecuador.
- Peñafiel, Carmen. (2015). La comunicación transmedia en el campo del periodismo. Revista Telo (Cuadernos de comunicación e innovación. Madrid: Fundación Telefónica.
- Punín, Isabel; Et. Al. (2015). Cuánto la vocación prima: La situación laboral del periodista digital en Ecuador y su formación académica. Revista ComHumanitas. Año 5, no. 1, vol. 5, p. 34.
- Rivera, José. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. Revista Chasqui. No. 122, p. 117.
- Robledo, Kelly. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. Comhumanitas: Revista científica de comunicación. Vol. 1, No. 8, p. 3.
- Ruíz, Fernando. (2017). Régimen político, espacio público y periodismo gráfico en Buenos Aires: 1955-1971. Colección. Año 4, núm. 8, pp. 235- 236.

Téllez, Wilmer. (2015). El rol del periodismo independiente ante la desinformación criminal en Venezuela (2003-2015). Implicaciones científicas. Temas de comunicación. Núm. 30, pp.106-107.

# **ANEXOS**

## **Anexo 1**

### **Modelo de Entrevista**

#### **Entrevista a Santiago Neumane, editor de Redes Sociales de diario El Universo.**

##### **1.- ¿Cómo considera la brecha tecnológica de las notas en las plataformas digitales independientes de Guayaquil?**

Hace más de 20 años diarios como “El Universo” bordean la brecha tecnológica, desde aquel entonces el material impreso migraba con su misma información a la web, pero con el pasar de los años se ha apreciado una evolución y actualización de las noticias, ya que el público empezó a consumir información durante todo el día, y es porque a la gente le interesa “el aquí y el ahora” manifestó el editor.

##### **2.- ¿Considera usted que las RSD (Redes Sociales Digitales) de los medios independientes tienen mayor influencia y aceptación por parte de la ciudadanía ecuatoriana que otros de mayor formalidad?**

Los medios tradicionales van a la par de la tecnología y mantiene también cuentas en varias redes sociales digitales como: *Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn y Pinterest*, según el grado de consumo y aceptación por parte de la ciudadanía, y por ende mayor cantidad de seguidores, que en su mayoría ha optado por dejar de comprar el diario para mantenerse informados a través de las RSD. Casos como este se evidencian a nivel mundial desde que existe internet, realizando el periodismo una importante y necesaria convergencia hacia las plataformas digitales para evolucionar.

##### **3.- ¿Cuál es el público delimitado por parte de la plataforma web de medios independientes para el consumo de sus notas?**

El público consumidor de medios independientes y seguidores en general de los mismos, comprenden personas desde 25 años hasta 55 años, quienes a diario revisan

las publicaciones, comentan y repostean, convirtiendo las notas en tendencia y a su vez dándole realce sobre las demás noticias de otros medios tradicionales o populares.

**4.- ¿Cuáles son las características que deben tener las nota en Redes Sociales para convertirse en tendencia, bajo la perspectiva de este tipo de medios?**

Los medios independientes no tienen como objetivo en convertirse en tendencia, simplemente el único interés que tienen, es mostrar los hechos tal como ocurre contestando las 5 interrogantes básicas de una noticia para una mejor comprensión del seguidor o internauta en este caso, a través de un formato menos apegado a rígidos estándares de trabajo

**5.- ¿Cuáles considera usted, que pueden ser las principales noticias para dentro de este año y durante estos procesos de gobernabilidad en el país?**

En el contexto del escenario informativo, en estos meses se destaca el ámbito político enfatizo, (época de elecciones), estos temas de servicio son los que más se comparten y comentan, como horarios de atención del registro civil o conocer quienes formaban parte de la junta receptora del voto. Otros de los puntos de mayor interés es conocer el perfil de cada candidato para que la ciudadanía conozca al futuro representante de la dignidad que aspire, dándole su debido espacio y siendo todos invitados.

**6.- ¿Considera usted que las publicaciones de los diversos medios tanto independientes como dependientes, influyen en las tomas de decisiones por parte de la ciudadanía?**

No considero que los medios digitales independientes o dependientes de un medio tradicional, sean influyentes en una toma de decisión, como fue el caso de las elecciones pasadas, ya que es el público quien decide que notas o contenidos asumir, de la misma forma el público busca nuevas propuestas de donde escoger propuestas y contenidos llamativos.