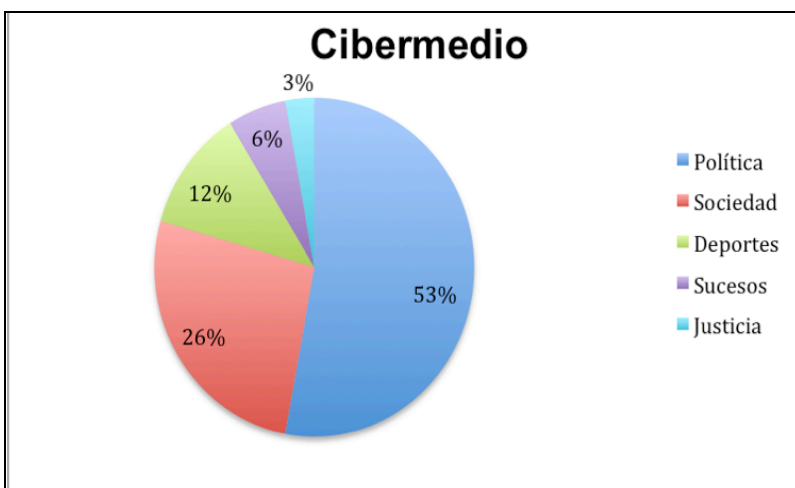
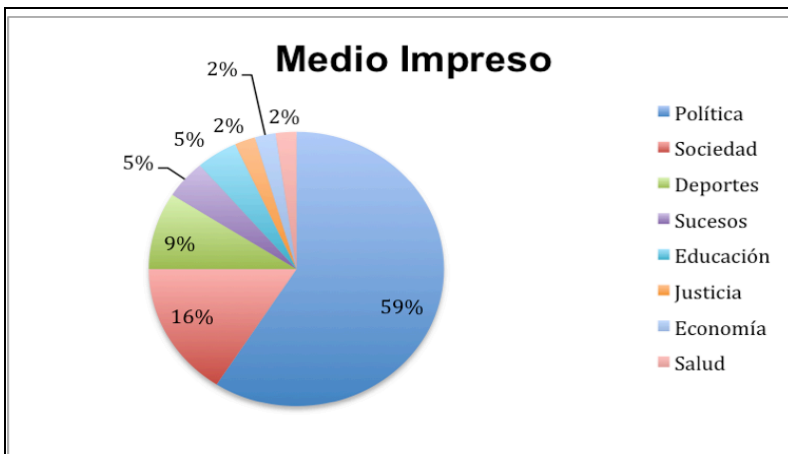


Gráficos 3 y 4. Temas en el Diario *La Hora*



Los diarios locales tienen como fuentes de información las instituciones públicas y privadas, ciudadanos, fuentes directas y, de vez en cuando, por el tema internacional acuden a los contenidos que publican las agencias de noticias. Lo mismo sucede con la versión digital porque básicamente es una transferencia de contenidos.

Gráfico 5: Fuentes Diario *Crónica*

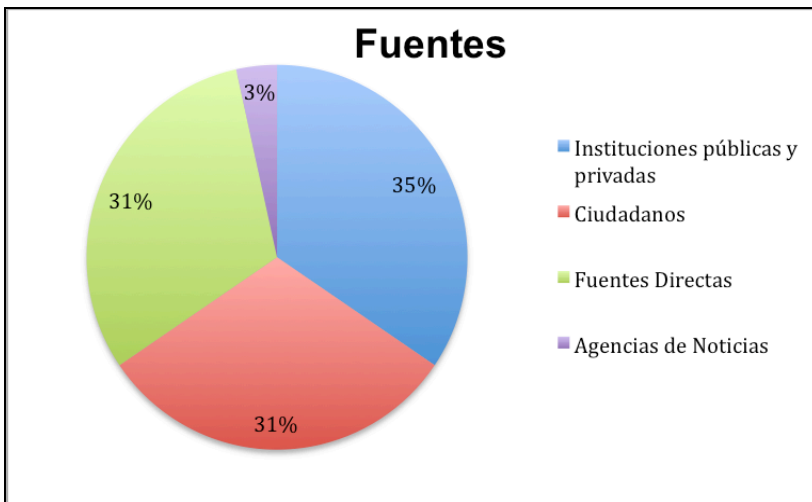
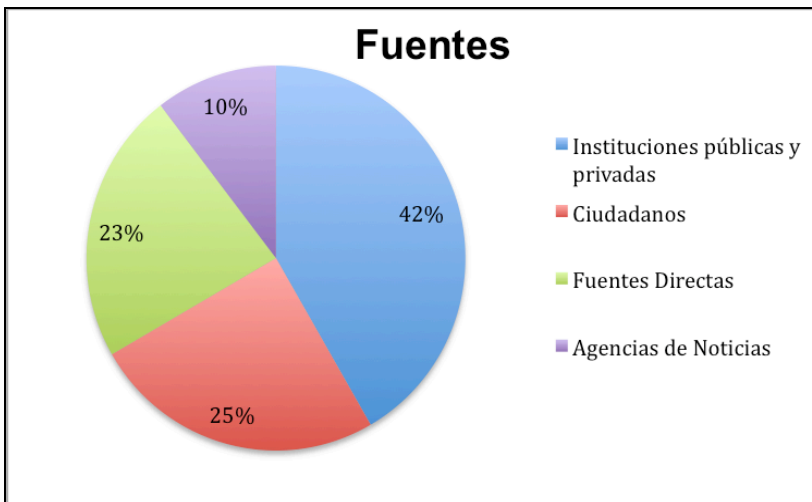
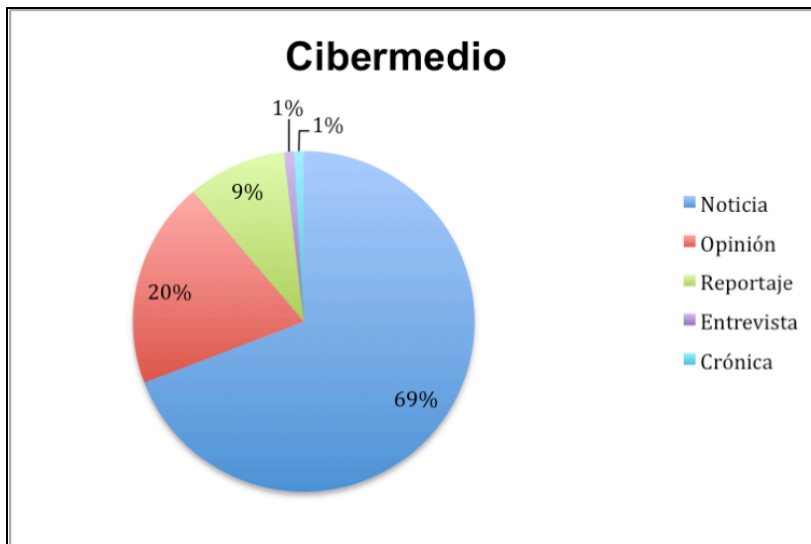
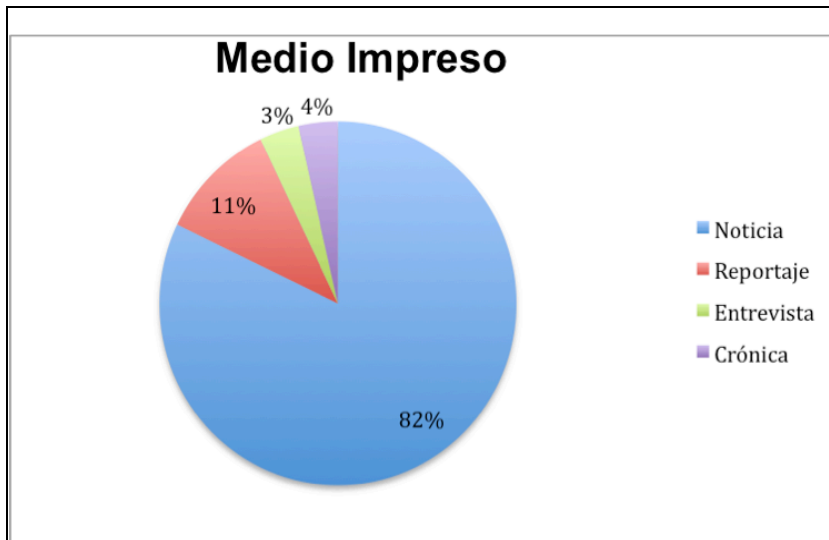


Gráfico 6: Fuentes en el Diario *La Hora*

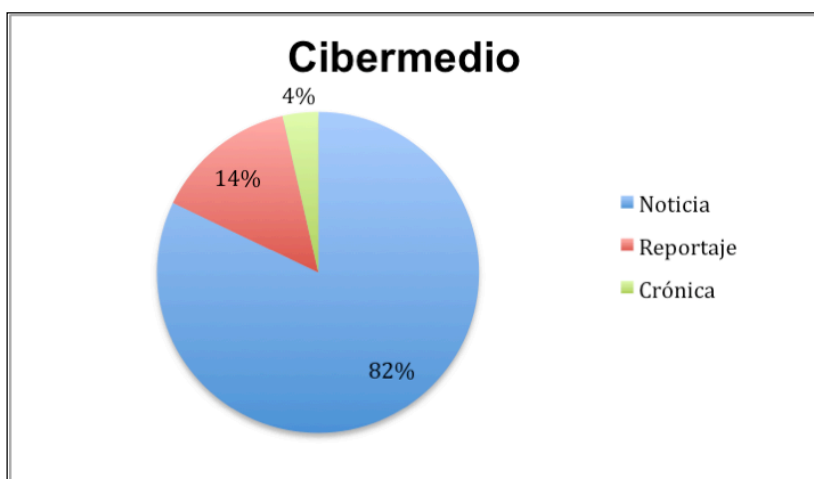
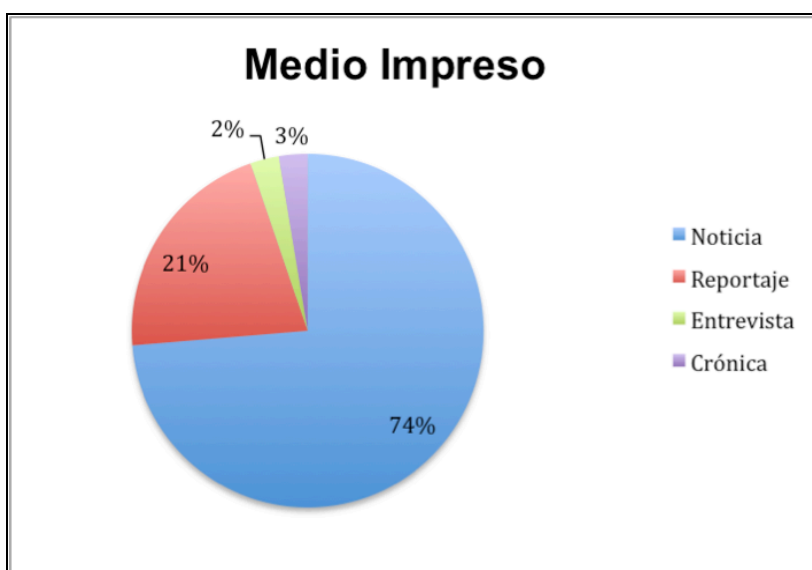


Del análisis efectuado se deduce que el género más utilizado en ambos diarios en sus dos versiones es la noticia.

Gráficos 7 y 8: Diario *Crónica*



Gráficos 9 y 10: Diario *La Hora*



En cuanto al uso de enlaces y frecuencia de actualización, el tratamiento es similar en los dos cibermedios, utilizan *links* internos que permiten ver la información completa haciendo clic en el titular. Actualizan la información todos los días.

Diferencias pequeñas entre los dos cibermedios

Es importante indicar que la concepción periodística de los dos sitios es idéntica, abordan el mismo tipo de información y están dirigidos al mismo tipo de público. Sin embargo, existen algunas diferencias básicas, entre ellas el uso de gráficos. Diario *Crónica*, de las 28 informaciones analizadas de la portada tradicional, 17 tienen fotografías (61%) y 11 no tienen (39%). En su versión digital sucede todo lo contrario,

de las 114 informaciones, 30 hacen uso de fotografías (26%), y las 84 restantes únicamente constan de titular y texto lo que equivale al 74% de noticias que no tienen fotografías y ningún otro elemento gráfico.

La Hora, en el caso del medio impreso cinco son las fotografías que se publican en la portada de cada edición. La más grande forma parte de la noticia de mayor importancia, y el resto tienen un tamaño casi similar, que suele variar de acuerdo con la relevancia de la información. En el cibermedio cinco son las fotografías que se publican en la portada, la foto de la noticia más relevante se puede ampliar de tamaño y el resto son de menor dimensión.

Los dos diarios son pobres en el uso de multimedia, *Crónica*, únicamente presenta fotografías estáticas, en cambio *La Hora*, hace uso de fotografías simples y saca provecho de las imágenes en movimiento en la publicidad.

En cuanto al uso de elementos de ciberparticipación, los dos cibermedios tienen un buscador, suscripción de noticias, servicio de RSS, correos electrónicos. Sin embargo, los usuarios de diario *La Hora* pueden participar en foros y encuestas.

El manejo de herramientas 2.0 es un tema mejor explotado por diario *Crónica*, están utilizando Flickr, Twitter y Facebook. *La Hora* a pesar de ser un medio mejor organizado, aún no aprovecha estas herramientas.

Discusión y conclusiones

El ciberperiodismo en Ecuador, de acuerdo con las entrevistas realizadas y el análisis de contenido efectuado, se encuentra en una etapa inicial, pero con posibilidades de convertirse en una nueva forma de expresión periodística.

En resumen, y de acuerdo con los datos obtenidos a lo largo de la investigación, llegamos a las siguientes conclusiones:

- 1 Los periódicos locales de la ciudad de Loja se encuentran en la etapa inicial del ciberperiodismo, aún no existen salas de redacción especializadas que generen información para la Red. El proceso de migración de contenidos lo realiza una

persona que hace las veces de webmaster, quien recibe un bloque de información de parte del editor.

- 2 Los puntos analizados en los dos medios lojanos: temas, fuentes, géneros periodísticos, uso de gráficos, enlaces, actualización, multimedia, elementos de ciberparticipación y herramientas web 2.0, a través de una semana compuesta durante el mes de abril y las tres primeras semanas de mayo de 2009, demuestran que el ámbito temático de la información en la portada de los dos cibermedios analizados, es idéntico a sus ediciones tradicionales. Esto se debe básicamente a que los medios aún se manejan bajo un sistema de migración íntegra de contenidos.
- 3 Los diarios locales en estudio no utilizan de forma eficaz los recursos técnicos que Internet ofrece, solo hacen uso de fotos simples, no incluyen audios, videos, fotogalerías, como sucede en algunos diarios nacionales e internacionales que han explotado de manera eficaz estas herramientas. La parte gráfica y multimedia es sin duda una posibilidad que hay que explotar en estos dos medios. De lo que se puede observar la publicidad es la única que ha sacado provecho de las imágenes en movimiento.
- 4 Por otra parte, tampoco parecen ser muy generosos en el empleo de hipervínculos, solo permiten visualizar las notas completas haciendo clic en el titular o en la palabra artículo completo. No tienen enlaces externos que permitan contrastar con otras informaciones del ciberespacio.
- 5 De acuerdo con las teorías de John Pavlik, que divide la presencia de los medios impresos en la Red en tres etapas, se podría decir que los medios ecuatorianos y de manera particular los de la ciudad de Loja, actualmente se encuentran en la primera fase. Esto quiere decir que se publica en la web la misma información del medio tradicional, sin modificación alguna en el texto. A pesar de lo descrito, hay que señalar que los editores de las redacciones digitales de los medios analizados, en esta investigación, están conscientes que hay que cambiar el esquema de trabajo, para llegar a la tercera etapa que propone Pavlik: la generación de noticias e historias pensando exclusivamente en los lenguajes de Internet.

- 6 Por otro lado, vemos que la revolución digital se ha extendido por todo el mundo y en todos los ámbitos, y esto influye en la forma de generar los contenidos. El periodismo digital exige cambios que afectan a las características de los mensajes informativos, a su producción y a la organización interna de los medios. Es necesario un nuevo modelo para llegar a la información digital.
- 7 Las empresas periodísticas tradicionales consideran a la red como una plataforma interesante para publicar sus contenidos, y abandonar en cierta medida su papel tradicional de informar unidireccionalmente y propiciar con el uso de herramientas 2.0 una participación activa con los usuarios.
- 8 Los medios tradicionales en la web comienzan a crear una filosofía enfocada en convertirse en verdaderos cibermedios, una de las propuestas es la inclusión de herramientas 2.0 en sus webs, como blogs, redes sociales, microblogging, etc.
- 9 El nuevo periodismo ha incorporado nuevos géneros, los llamados “cibergéneros”, entre ellos: el foro, entrevista *on line*, el chat, la crónica minuto a minuto, entre otros.

Referencia bibliográficas

Campos Freire, F. (2008). *Gestión de nuevas empresas periodísticas*. Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja-Editorial Universitaria.

Canga, J. y Coca, C. (2000): *Diarios digitales. Apuntes sobre un Nuevo Medio*. Bilbao: Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.

Díaz, J. y Meso, K. (1999): *Periodismo en Internet: Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.

Edo, C. (2008): *Periodismo Informativo e Interpretativo*. Loja: Editorial UTPL y Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Gil, Q. (1999, noviembre): “Diseñando el periodista digital”, en *Sala de Prensa*, 13, año II, Vol. 2, recuperado el 16 de noviembre de 2009 de <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

Krippendorff, K. (1997): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Buenos Aires: Editorial Paidós, SAICF.

Rivera, J. “La internet y su repercusión en los medios de comunicación del Ecuador”. Monografía para Diplomado. Quito: Universidad Central del Ecuador, 2007.

Varela, J. (2008): “Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información”. Madrid: Revista *Telos*

Salaverría, R. (2005): *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.

¹ Licenciada en Comunicación Social. Doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad Santiago de Compostela, España. Docente Investigadora Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. derivera@utpl.edu.ec

² <http://www.coberturadigital.com/2005/09/12/3er-redisenio-de-el-comerciocom/>

³ El profesor Francisco Campos (2008: 148) concibe a los cibermedios como “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas. Se conciben como emisores de contenidos que tienen voluntad de mediación entre hechos y público, utilizan fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usan el lenguaje multimedia, son interactivos e hipertextuales, se actualizan y se publican en Internet”.

⁴ Hay que indicar que los días sábados el diario no se publica por motivos administrativos. Por ello la edición del 25 de abril, no formó parte de este análisis.