



UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO

PERIODISMO DIGITAL:

**Estudio Exploratorio – Descriptivo de los Medios
Digitales “El Observatodo”, “La Nota”, “La Comuna”,
“Coquimbo en Línea” y “La Voz del Norte” de las
comunas de La Serena y Coquimbo**

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROFESOR GUÍA: Mg. CRISTIAN RENÉ MUNOZ CATALÁN

AUTORES: MACARENA BUSTOS BORTOLAMEOLLI

GONZALO LADRÓN DE GUEVARA MACAYA

DANIELA MORENO BLANCO

NOVIEMBRE, 2013
La Serena, Chile

HOJA DE CALIFICACIONES

AUTORES	CALIFICACIÓN INFORME 40%	CALIFICACIÓN INDIVIDUAL 60%	NOTA FINAL
MACARENA BUSTOS BORTOLAMEOLLI			
GONZALO LADRON DE GUEVARA MACAYA			
DANIELA MORENO BLANCO			

Mg. CRISTIAN MUÑOZ CATALÁN
PROFESOR GUÍA
DEPTO. DE CS. SOCIALES

Dr. FABIÁN ARAYA PALACIOS
DIRECTOR
DEPTO. DE CS. SOCIALES

FECHA DE PRESENTACIÓN: _____

UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO

NOVIEMBRE, 2013
La Serena, Chile

DERECHOS DE AUTOR

**© 2013, Macarena Bustos Bortolameo;
Gonzalo Ladrón de Guevara Macaya;
Daniela Moreno Blanco.**

**Se autoriza la reproducción total o parcial,
con fines académicos, por cualquier medio o
procedimiento, incluyendo la
cita bibliográfica del documento.**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecer a la Escuela de Periodismo y a sus profesores, por formarme en este camino y enseñarme lo necesario para ser día a día una buena profesional; en especial al profesor Cristian Muñoz por aceptar ser nuestro profesor guía para nuestro seminario, por ser comprensivo con las diferentes situaciones que tuve que sobrellevar y por apoyarnos en todo momento, a usted muchas gracias. A la profesora Carolina Rodríguez por ayudarme, levantarme el ánimo y darme fuerzas para continuar a pesar de los inconvenientes y por ser una ex directora de carrera presente y comprometida con sus alumnos; a la nueva directora de carrera Dra. Arlyn Orellana por su simpatía, empatía y por ayudarme cuando más lo necesité y por último pero no menos importante a la Laurita, Pedrito y Don Guille que desde un comienzo de la carrera siempre tuvieron palabras agradables y buena disposición cuando lo necesité, claramente sin ustedes hubiese sido más difícil aún.

Agradecer en forma muy especial a mis padres Luis Bustos y Rossana Bortolameolli, por estar incondicionalmente conmigo, apoyarme, respaldarme y darme siempre palabras de aliento para finalizar este proceso que me ha costado tanto lograr. Todo mis agradecimientos y el amor que les tengo no cabrían en ninguna hoja; por eso y por quererme y entregarme todo lo que necesito, GRACIAS.

A todos los dueños, editores y periodistas de los medios “Coquimbo en Línea”, “La Voz del Norte”, “La Nota”, “El Observatodo” y “La Comuna”, quienes con buena disposición nos ayudaron y nos dejaron ser parte de su historia y de sus procesos evolutivos.

En general a todos los que hicieron posible que este proceso finalizara, que dieron palabras de aliento, que estuvieron ahí en los momentos necesarios, preocupándose y levantando ánimos caídos.

A todos ellos, Muchísimas gracias

Macarena Bustos Bortolameolli.

Para comenzar, quisiera agradecer y perpetuar con este escrito a una persona que representa el verdadero amor para mí. Me refiero a Carmen Gloria Macaya, mi hermosa madre. Una mujer sincera, humilde, esforzada y amante de sus hijos. Lamentablemente, los caminos de la vida en ocasiones son pedregosos y se me fue con mucha anterioridad a lo que yo tenía previsto. En verdad, nadie desea que sus padres fallezcan.

Sin embargo, este duro golpe hizo que hoy sea un hombre distinto. Con mayor fortaleza, con la imagen de mi mamá en mi corazón y mi cabeza, para saber que cada paso que dé, ella está conmigo en mis logros y derrotas.

En segundo lugar, también quisiera entregar mi gratitud a mis familiares directos: Mis abuelos, Edgardo “Galo” Macaya y Adriana “Nena” Urrea, dos personas que para mí significan todo y mucho más, son los que me dan energías día a día. Son mis segundos padres. Al igual que mis hermanos: Daniela Ladrón de Guevara, Sebastián Ladrón de Guevara y Mariaisidora Céspedes, que con su amor y apoyo incondicional hacen que todos los días me levante con el ánimo de cumplir los objetivos que me he trazado para mi presente y también para mi futuro.

También agradecer a los amigos de siempre, a aquellos que a pesar del largo tiempo en que no nos veamos, siempre están dispuestos a prestarme su

hombro o brindarme un abrazo en mis peores y mejores momentos. Pues de eso se trata la amistad, ¿no?

Finalmente, quisiera agradecer a mis compañeras y amigas de tesis, Macarena Bustos, con quien hemos mantenido una relación de amistad desde que ella ingresó a estudiar periodismo. Aunque también decirle “gracias” por aguantar mis ausencias en este trabajo a raíz de mis deberes laborales. También a Daniela Moreno, que al igual que Macarena, mantengo una gran amistad y que, además, han sido un pilar fundamental para mí en mi estadía en La Serena. Nuevamente, reitero mis disculpas.

La experiencia que he adquirido en los distintos medios de comunicación en los que me he desenvuelto, han ratificado que el periodismo es la carrera de mi vida. Que es muy probable que no exista otra profesión que me apasione más. Sin embargo, me hubiese gustado vivir esta etapa tan especial en mi formación profesional junto a mi madre, pero estoy seguro que donde estés, estás muy orgullosa de tu tercer hijo. De tu Gonzalito.

A tu memoria viejita hermosa. A la memoria de una mujer hermosa. A la memoria de Carmen Gloria Macaya Urrea.

Gonzalo Ladrón de Guevara Macaya

Las experiencias tienen el privilegio de entregarte varias herramientas para continuar tu camino de manera estable. La vida en sí brinda momentos que a veces no son gratos, sin embargo existe la posibilidad de enfrentar los retos que ésta te propone, levantarse de las caídas más profundas e intentar sanar heridas para aprovechar el día a día y sentir que nada fue en vano, pues las coincidencias no existen.

Este viaje universitario trajo consigo momentos muy difíciles que me paralizaron varias veces, no obstante seguí la lucha, en compañía de personas y profesores que me apoyaron para salir adelante. También tuve circunstancias buenas, logros que con mucho esfuerzo y perseverancia me permitieron vencer todo obstáculo y terminar las asignaturas con buenos resultados.

En cada momento mis padres vivieron la lucha conmigo y no me dejaron sola, al contrario, recibí el apoyo más importante y primordial, no sólo durante la época de estudios, sino que en el trayecto de la realización de este seminario de investigación.

Los agradecimientos son para: mis padres, Duby y Omar; mi pololo Luis, que jamás dejó de alentarme y siempre estuvo presente; Emilia Monsalve, que durante todo mi estudio universitario su ayuda médica fue fundamental para terminar este proceso; mi profesor guía, Cristian Muñoz, que nunca dejó de apoyarme y entregarme las facilidades para poder estar bien y a la vez rendir de la misma manera; para la profesora Carolina Rodríguez, quien aportó entusiasmo y lucha al respecto, además, siempre rescató todo mi lado positivo . Cómo no mencionar a Laurita, secretaria, y Pedrito, auxiliar, se portaron un siete durante todo mi proceso, al igual que don Guille. En especial quiero dedicarle esta tesis a una profesora que en primer año, primer semestre, creyó en mí y me enseñó bastante durante todo este trayecto: que no me rindiera, que tenía las capacidades suficientes y un tanto de palabras que al recordarlas me emocionan, ella es la profesora Marcela Poblete.

Debo mencionar a los siguientes profesores/a: Francisco Roco, Luis Aguirre Seura, Sergio Paolini y Berta San Martín, quienes confiaron en mí y me enseñaron materias que nunca olvidaré. Ante todo doy gracias a Dios, por permitirme sonreír y darme fuerzas inmensas para continuar: levantarme y no

abandonar esto, porque me he esforzado bastante para llevar a cabo esta tesis junto a mi compañera Macarena Bustos.

Las etapas se van cerrando y espero que las puertas se vayan abriendo. Gracias a cada uno de ustedes por aportar una enseñanza en mi vida.

Daniela Moreno Blanco

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN	2
PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1. TEMA:.....	5
2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:	5
3. OBJETIVO GENERAL:	5
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	5
5. JUSTIFICACIÓN DEL SEMINARIO.....	5
6. RELEVANCIA DEL TEMA.....	7
6.1 Social	7
6.2 Profesional.....	7
SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL.....	11
1. INTERNET	11
2. CIBERPERIODISMO	12
3. MEDIOS DIGITALES	12
4. SUBSIDIOS INFORMATIVOS	13
TERCERA PARTE: MARCO TEÓRICO	15
CAPÍTULO I:.....	15
1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO	15
1.1 Enfoque estructural-funcionalista	18
1.2 Principales funciones de los medios de comunicación de masas en la sociedad	20
2. TEORÍA DE USO Y GRATIFICACIONES	23
3. AGENDA SETTING	28
3.1 Gatekeeper.....	31
CAPÍTULO II.....	34
1. PERIODISMO TRADICIONAL.....	34
1.1 Rol del Periodismo	35
1.2 Rol del Periodista	37
2. CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA.....	41

3.	LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.....	43
4.	PERIODISMO DIGITAL	45
4.1	Las Etapas del Periodismo Digital.....	48
	CUARTA PARTE: MARCO METODOLÓGICO	52
1.	MARCO METODOLÓGICO CUALITATIVO	52
2.	TIPO DE ESTUDIO.....	53
2.1	Estudio Exploratorio-Descriptivo	54
3.	OBJETO DE ESTUDIO	55
4.	MUESTRA.....	57
5.	MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
5.1	Reseñas de los medios digitales:	60
a.	“El Observadoto” (http://www.elobservadoto.cl)	60
b.	“La Comuna” (http://www.lacomuna.cl)	62
c.	“Coquimbo en Línea” (http://www.coquimboenlinea.cl)	63
d.	“La Nota” (http://www.lanota.cl)	64
e.	“La Voz del Norte” (http://www.lavozdelnorte.cl)	66
	QUINTA PARTE: ANÁLISIS DEL CONTENIDO	69
1.	ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DIGITALES.....	69
2.	CUADRO COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA MEDIO..	78
3.	CODIFICACIÓN DE DATOS	83
	SEXTA PARTE: CONCLUSIONES FINALES	89
	SEPTIMA PARTE: REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	93
	OCTAVA PARTE: ANEXOS	97
1.	ENTREVISTAS SEMI ESTRUCTURADAS	97
2.	PORTADA DIARIOS DIGITALES SÁBADO 2 DE NOVIEMBRE	122
3.	INFOGRAFÍA “EL OBSERVATODO” MES AGOSTO 2013.....	126
4.	GLOSARIO	127

RESUMEN

En la actualidad las personas ya no sólo cuentan con los medios de comunicación tradicionales como la prensa escrita, la televisión o la radio para informarse, sino que el internet con sus medios digitales han permitido un inmediato acceso a la información. Por ello se consideró un interesante tema de estudio para el conocimiento de la gente de la Región de Coquimbo, además de ser poco estudiado.

Ante la interrogante sobre la evolución de los medios digitales en las comunas de La Serena y Coquimbo, la investigación realizada se hizo a través de un estudio exploratorio – descriptivo, debido a que es un tema no abordado en la región, pero sí a nivel nacional y además describe la situación de cinco medios de las comunas mencionadas. Desde un enfoque cualitativo, la recolección de datos, como la observación participativa y las entrevistas semi-estructuradas, permitieron notar mejor al medio y a su sistema de trabajo en su día a día.

Los medios digitales informativos de las comunas de La Serena y Coquimbo no se conocen en su totalidad, debido a esto cuesta formar una opinión pública. De los cinco medios investigados puede que alguno desaparezca con los años por la falta de sustento económico, que no permite que el medio se desarrolle ni entregue todas sus herramientas periodísticas. Sin embargo, existe motivación por realizar cambios en sus formatos, ser conocidos y entregar una mejor información al público de manera constante.

Palabras Claves: Internet, Medios de Comunicación Masivo, Periodismo Digital, Portal Web, Ciberperiodismo.

INTRODUCCIÓN

El periodismo que se conoce hoy ha evolucionado en diferentes aspectos y uno de los más importantes es su medio de difusión. En sus inicios, los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos o papel eran la manera en donde los egipcios, persas y griegos dejaban sus relatos sobre los acontecimientos cotidianos, siendo el medio que se utilizaba en diversas épocas. Posteriormente y con el transcurso del tiempo y la aparición de la imprenta en el año 1448, ayudó a que se masificaran las publicaciones y en cierta medida a que el periodismo como tal se intensificara y se considerara una ciencia creíble y confiable.

Bajo la misma perspectiva y destacando la evolución del periodismo y de las formas de hacerlo, el internet, que remonta sus primeras versiones a fines de los años cincuenta, ayudó a que los medios de comunicación masiva lograran masificarse a niveles inimaginables, tal y como lo hizo con la www (worldwide web) que hizo su aparición durante la década de los noventa y ha sido el sistema de distribución de información preferido por los usuarios.

Internet está cambiando constantemente con la creación de nuevas plataformas que dan mejor acceso a los cibernautas para que se expresen, comenten y sean parte de esta nueva era de la información, siendo “un medio de comunicación, de interacción y de organización social” según Manuel Castells (2001, p.1). La estaticidad del usuario quedó obsoleta con la aparición de un nuevo concepto – web 2.0- que junto a las redes sociales, blocks y wikis, cambiaron la forma de utilizar internet, dejando que los cibernautas exijan diversos contenidos y no sean simples espectadores.

Es por eso que los periodistas y/o dueños de los medios de comunicación deben estar permanentemente actualizando sus conocimientos sobre esta materia, ya que hoy Internet es un término que se ha ido utilizando de manera

sigilosa y rápida en la vida de las personas. Su masificación ha logrado que muchas personas utilicen la web a diario, porque los avances en la informática y el desarrollo de las redes sociales –de mano de la web 2.0– han ejercido una gran influencia en los usuarios, la que incluso ha logrado modificar la forma de comunicarse. Es por ello que Manuel Castells (2001, p.19), describe con precisión este fenómeno cuando señala que “la actividad humana está basada en la comunicación e internet transforma el modo en que nos comunicamos, nuestras vidas se ven profundamente afectadas por esta nueva tecnología de la comunicación”.

Con lo mencionado anteriormente, se percibe que la manera de hacer periodismo está evolucionando en conjunto a las web 2.0. Gracias a su inmediatez, los medios escritos han decidido implementar plataformas online donde además del acontecer noticiosos, se logre provocar una retroalimentación con los usuarios, quienes tienen la posibilidad de comentar, discutir y compartir cada una de las noticias.

Esta investigación pretende conocer los diferentes medios de comunicación digitales de las comunas de La Serena y Coquimbo que se encuentran registrados como tales en la Biblioteca Nacional y la situación actual de éstos, como sus rutinas productivas.

Para realizar este estudio, primero se planteará todo lo relacionado con los medios de comunicación masivo, seguido por su fuerte: el periodismo, tanto tradicional como digital. Posteriormente se darán a conocer los medios digitales informativos, los que nacieron y se desarrollaron en plataformas web: “El Observatodo”, “La Nota”, “La Comuna”, “Coquimbo en línea” y “La Voz del Norte. A partir de éstos realizar una serie de análisis para conocer el panorama en el cual se encuentran hoy.

Primera Parte:

Planteamiento del Problema



PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. TEMA:

“Estudio sobre la situación actual de los medios digitales en las comunas de La Serena y Coquimbo”

2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cómo establecen sus rutinas de trabajo los medios digitales de La Serena y Coquimbo?

3. OBJETIVO GENERAL:

- Conocer las rutinas productivas de los medios de comunicación informativos digitales en la comuna de La Serena y Coquimbo.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Describir las características del periodismo digital y su evolución.
- Identificar las rutinas productivas de los medios digitales escogidos.
- Diferenciar los medios digitales de La Serena y Coquimbo en cuanto a sus rutinas de trabajo.

5. JUSTIFICACIÓN DEL SEMINARIO

En Chile, según el censo 2012, el acceso a Internet se ha expandido en un 44,4% en los hogares, cifra triplicada con respecto al censo realizado en el año 2002, lo que involucra que casi el 50% de la población utiliza esta plataforma, ya sea para fines laborales, de ocio o tan sólo para informarse sobre temas de

preferencia personal. Así lo afirma Manuel Castells (2001, p.138) “los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los usuarios”.

La expansión y el desarrollo de Internet como medio obligó a crear “una nueva forma de presentar los textos periodísticos, textos más ágiles, interconectados con textos más profundos de antecedentes, complementos informativos, información de servicios, etc. (Armentia, 2000, p.201), esta nueva forma se conoce como “medios digitales”, los que tienen por objetivo publicar contenidos más diversos que los medios tradicionales, pues tienen la ventaja de mezclar texto, imagen y audio, así el periodista “debe aprender a trabajar para un sistema multimedia porque va a recibir y a emitir información de un modo diferente” (Armananzas, Díaz y Meso, 1996, p.46). Esta evolución significó la transformación completa del medio, como sucedió con el caso del diario “La Nación”, donde suprimieron las versiones del papel luego de estar en circulación por 95 años, hoy sólo existe su versión online.

Frente a este panorama, el ideal es que el medio confíe en los cambios tecnológicos y se involucre en ellos, asimismo en las herramientas que entrega Internet para obtener como resultado una alta sintonía; por el contrario, el resultado sería de una baja audiencia y en los casos extremos la desaparición del medio.

En la Región de Coquimbo, específicamente en la comuna de La Serena sólo existen cinco sitios de medios digitales que están inscritos en la Intendencia Regional y en la Biblioteca Nacional. Este desarrollo de los medios online es un fenómeno reciente en la Región de Coquimbo, es decir, son escasos los estudios descriptivos de los medios en la localidad de La Serena y Coquimbo.

Por lo tanto, se hace necesario una investigación que recoja información través de metodologías que permitan describir y explorar la situación actual de los medios digitales y sus rutinas de trabajo en La Serena y Coquimbo.

6. RELEVANCIA DEL TEMA

6.1 Social

Es necesario realizar una descripción de los medios digitales informativos que están inscritos en las zonas de La Serena y Coquimbo para que la comunidad conozca la situación actual en la que éstos se encuentran y así poder propiciar información que hasta el momento no está registrada, como sus rutinas productivas.

La importancia de esta investigación radica en que es un tema que ha tenido poca indagación y su desarrollo aún es incipiente, con un futuro por definir, además, aportará para las comunidades de La Serena y Coquimbo, por lo que al finalizar el estudio se podrán obtener datos sobre el panorama de los medios digitales que en la zona se desconocía o eran poco investigados.

6.2 Profesional

El periodista cumple el rol de velar por los intereses de las audiencias e informar de la mejor manera posible. Las preferencias del público van a determinar qué tema discutir e investigar, pues éste tiene un papel relevante, por lo tanto, son los profesionales de la comunicación social quienes debieran estar capacitados para interpretar, verificar y filtrar información, dado su experiencia y formación académica.

El periodismo digital ha aumentado su cobertura, pues en esta década Internet ha adquirido mayor influencia en la sociedad, debido a esto sus profesionales, docentes y estudiantes tienen la responsabilidad de conocer la importancia de esta nueva forma de hacer periodismo para adaptarse al futuro de las comunicaciones.

Por lo tanto, se pretende que los nuevos conocimientos del periodismo digital sean generados por los especialistas de la comunicación y que nuevas investigaciones abarquen este contenido a modo de tener una perspectiva más cercana sobre la actividad periodística digital.

Segunda Parte: Marco Conceptual



SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL

1. INTERNET

Internet se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de las comunicaciones a nivel mundial, y su penetración en la vida de las personas ha sido transversal para todo el quehacer humano, “una fuente de información y en un nuevo medio de transmisión. Por ello, es una herramienta de trabajo inevitable” (Meso; 1993, p.167), pues pasó de ser una simple mensajería para almacenar uso de bases de datos, complejas operaciones bancarias, manejo remoto de instalaciones, generación de conocimiento colaborativo, articulación de diversas e infinitas redes.

Por otra parte, La Real Academia Española lo define como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores”. La inmediatez, rapidez y fácil uso provocan que las personas sean cada vez más dependientes de este medio y que recurran a él en primera instancia, que si bien antes no todos tenían la posibilidad utilizar esta herramienta, hoy se ha convertido en un ícono de la globalización.

Internet ha creado un espacio virtual sin límites de distancias y en tiempo real, y por supuesto medios de comunicación y periodismo. Según lo describe Manuel Castells (2001, p.16) éste “es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en el tiempo escogido y a una escala global”, pues ahora cualquier usuario puede acceder y crear una cuenta de correo, subir documentos, crear sitios web, responder a información publicadas, compartir contenidos, acceder a los perfiles de cualquier personaje público y confrontarlo, esto se conoce como “comunicación 2.0”

2. CIBERPERIODISMO

La sociedad de la información empezó a demandar un periodismo más profesional y mejor cualificado, basado en el soporte y las potencialidades que generan las tecnologías de la información.

En el mundo de la comunicación comienzan a aparecer nuevos conceptos relacionados al periodismo, así lo señala Flores y Arruti (2001), términos como interactividad, periodismo de Web, búsqueda y recuperación de información, tratamiento de la información en Bases de datos, Gestión del conocimiento, comercio electrónico, forman parte de un vocabulario que debe conocer un periodista digital.

3. MEDIOS DIGITALES

A comienzo de los años 90 los medios digitales empiezan a aparecer en el escenario periodístico, pero a medida que Internet fue expandiendo su conectividad, las personas pudieron recurrir a estos “portales web” que a diferencia de un medio tradicional, combina texto, audio y video.

La finalidad de los medios digitales, según Alonso y Martínez (2003) es “predominantemente informativa o noticiosa, con afán comunicativo, al servicio y con finalidad de infomedición o intermedición”.

Los medios digitales tienen las mismas funciones que los medios de comunicación masivo, pero cumplen el rol de la instantaneidad y las noticias pueden actualizarse minuto a minuto, mientras que los periodistas digitales que

están a cargo de sus medios se encargan de recabar información y posicionarlo en la sociedad.

4. SUBSIDIOS INFORMATIVOS

Los medios de comunicación, ya sea televisión, radio, prensa escrita y/o medios digitales utilizan sus propios recursos para investigar y recolectar información, pero a su vez pueden optar a que empresas privadas e instituciones gubernamentales envíen comunicados e información para que ésta sea de carácter público y de conocimiento global.

Hoy en los medios digitales de la Región de Coquimbo es muy recurrente la colaboración de diferentes empresas e instituciones (como la Intendencia Regional), debido a que muchos medios no cuentan con los recursos para cubrir notas de todas las comunas de la región. Un ejemplo de esto, son las empresas mineras, las que recurren a estos medios para que sus avances, logros y ayuda social sean conocidos por la comunidad.

Los subsidios informativos están a disposición de los periodistas para que éstos puedan o no estar dentro de su agenda informativa y es en este caso, donde los medios “pueden funcionar con cierta autonomía y tomarse libertades como la de aceptar colaboradores de la competencia e incluso compartirlos.” (Vallejo; 1993. P.185)

Tercera Parte:

Marco Teórico



TERCERA PARTE: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I:

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO

“Los medios de comunicación son instrumentos culturales que sirven para promover o influir en actitudes, para fomentar la difusión de modelos de comportamiento y para provocar la integración social” (Aguilera, 1991, p.27). Para vincularlo con los medios masivo, Charles R. Wright (1993, p.13) los relaciona “con la idea de televisión, radio, cinematógrafos, periódicos, etc.”. Sin embargo, los que cumplen el rol de informar y entretener, según la estrecha relación con el periodismo son la prensa, la radio y la televisión, pues esta comunicación de masas, según el autor, “se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria” (1991, p.13). Se refiere a una comunicación pública, ya que “el mensaje no va dirigido a nadie en especial y su contenido está abierto a la atención pública”; es rápida, porque “los mensajes están dirigidos a grandes auditorios en un tiempo relativamente pequeño y aún simultáneamente, que perduran a través de los años;” y es transitoria, puesto que “por lo general se hace una vista a un empleo inmediato y no para un registro permanente”. (Wright, 1993, p.13).

Denis McQuail por su parte, afirma que “la institución de los medios de comunicación está comprometida con la producción, reproducción y la distribución del conocimiento” (McQuail, 1991, p.77), en este caso son los periodistas los que deben cumplir esa función para materializar lo antes mencionado.

A esto se le agrega que dichos medios de comunicación “y sus formas jurídicas de propiedad – pública, privada o mixta- así como sus tendencias políticas y

significación ideológica, tienden a actuar de manera semejante y producen un efecto global en la sociedad” (Gomis, 1991, pg. 186) y ésta espera de los medios información fidedigna que se entregue con la mayor cantidad de datos posibles, pues la revolución de una noticia puede dar un giro y cambiar modelos, situaciones y es por eso que los medios de comunicación masivo deben transmitir con calidad e instantaneidad lo que sucede en la región, país y el mundo, porque “gracias a los medios, las relaciones entre los hombres se multiplican y generalizan y la dinámica social se activa: la imagen periodística de la realidad es la referencia popular del cambio social” (Gomis, 1991, p. 187)

Al referirse en profundidad al concepto “masivo”, cabe destacar que los que constituyen la audiencia son un grupo de personas, sin embargo, un término acuñado por Manuel Castell (2006, p.11) define el significado que se va a utilizar en esta investigación, conocido como “*mass myself communication*”, refiriéndose a una comunicación masiva individual, es decir, “nueva forma social de comunicación que, aunque masiva, es producida, recibida y percibida individualmente”, ya que Internet por medio de la web 2.0 es el único medio que hace posible una comunicación “de muchos a muchos” en un tiempo reducido sin considerar el lugar donde se encuentre la persona, pues trasciende las fronteras geográficas e individual, porque aunque esté dirigida a “muchos” se podrá recibir individualmente y actuar ante dicha información sin la necesidad de un líder de opinión.

Por otra parte, Denis McQuail propuso cuatro afirmaciones en las que se basa la considerable importancia de los medios de comunicación de masas: prensa, televisión y radio, entre otros.

- “Los medios de comunicación constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios y alimenta industrias afines; también forman una institución en sí mismos, al

desarrollar sus propias reglas y normas, que vinculan la institución a la sociedad y a otras instituciones sociales. La institución de los medios de comunicación, a su vez, está regulada por la sociedad.

- Los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso: medio de control, manipulación e innovación de la sociedad, que puede sustituir a la fuerza o a otros recursos.
- Proporcionan una localización (o arena) en donde, cada vez más se discuten los asuntos de la vida pública, tanto en el orden nacional como en el internacional.
- Se han convertido en una fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades; expresan valores y juicios normativos inextricablemente mezclados con las noticias y los entretenimientos". (McQuail, 1991, p.21)

Los medios han alcanzado un nivel relevante como institución social, pero son las sociedades las que están estructuradas a través de diferencias de poder, es decir, las clases económicas que influyen en conflictos ideológicos que luego se convierten en competencia, donde los medios de comunicación tienen una fuerte implicancia, dada la calidad de difusión. Además, los medios de comunicación dependen esencialmente del ejercicio del poder por parte de otros, como también son importantes canales por los cuales se transfiere la información de los cambios sociales.

Las importancias a modo de afirmaciones deben ser objeto de “reflexión” teórica, por lo cual esta investigación tomará en cuenta el **enfoque estructural-funcionalista** al que se refiere Denis McQuail, para abordar los medios de comunicación de masas.

1.1 Enfoque estructural-funcionalista

La sociedad tiene necesidades que se relacionan principalmente con “la continuidad, el orden, la integración, la motivación y la adaptación” (McQuail, 1991, p.98). Ésta debe verse como un sistema/subsistema de partes unidas que sean operantes, porque los medios de comunicación contribuyen a la labor esencial para la vida social organizada, la que necesita mantener de forma precisa un esquema que sea coherente en cuanto a sus estructuras sociales, y es aquí donde los medios presentan la red de conexiones, donde aseguran la integración y el orden interno para responder a todo lo que es relevante y emergente en la realidad.

“Los mecanismos que producen esta contribución de los medios de comunicación en la sociedad son, ante todo, las necesidades y demandas de los participantes en la sociedad, ya sean individuos o colectividades” (McQuail, 1991, p.99). Dado lo anterior, se espera que los medios en sí traten de conseguir a través de todos los alcances los beneficios para entregárselos a la sociedad, puesto que su objetivo es responderle, aunque a veces, con respuestas inesperadas.

Al referirse al término “función” de los medios de comunicación, McQuail plantea que hay una dificultad subyacente confusa acerca del término, debido a

que éste se puede utilizar para los siguientes significados: finalidad, consecuencia, requerimiento o expectativa.

El autor señala la “función de la información” para referirse a **tres** cosas diferentes de la comunicación de masas:

- Los medios tratan de informar a la gente (**Finalidad**)
- La gente aprende de los medios (**Consecuencia**)
- Se supone que los medios informan a la gente (**Requerimiento y Expectativa**) (McQuail, 1991, p.100)

La variación del significado, ya que existen otras ambigüedades, va a depender en cierta forma del punto de vista que se adopte: emisor, receptor, observador, regulador, etc. Pero hay un problema, y es que los medios no sólo actúan en nombre propio, sino que en nombre de otros grupos u organizaciones, por lo que a veces se complica distinguir las funciones de los medios de comunicación de las de otros grupos (gobiernos, empresas, etc.)

Aunque existan dificultades para retener el enfoque funcional, sí hay razones para mantenerlo, ya que “ofrece un lenguaje válido para discutir las relaciones entre los medios de comunicación de masas y la sociedad y un conjunto de conceptos difíciles de reemplazar” (McQuail, 1991, p.100) Se le adjunta a esto, que este enfoque describe las principales actividades de éstos que se relacionan con otros aspectos de la estructura y procesos sociales, como también establece un vínculo entre la observación empírica de los medios y las teorías normativas acerca de cómo deberían funcionar.

1.2 Principales funciones de los medios de comunicación de masas en la sociedad

Anteriormente ya se presentaron algunas posibles funciones que se atribuyen a los medios de comunicación de masas, sin embargo, se conocerá desde el primer estudio que tipificó las funciones básicas de la comunicación que fue realizado por Harold Lasswell en 1948:

- **La supervisión del ambiente:** Recolección y distribución de información referente a los sucesos del ambiente, a la vez externo e interno, de toda la sociedad particular.
- **La concordancia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente:** Interpretación de la información acerca del ambiente y la prescripción de la forma cómo reaccionar ante dichos sucesos.
- **Transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente:** La transmisión de la cultura se refiere a la comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra o de miembros de un grupo a aquellas que pasan a integrarlo, habitualmente se le considera como una actividad educacional. (Wright, 1993, p.15)

Charles Wright en 1960 agregó otra categoría a la lista de funciones compuesta por Lasswell:

- **Entretención:** Actos de comunicación básicamente entendidos como diversiones, prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener. (Wright, 1993, p.16)

Ya desde un punto de partida se podía especificar los objetivos de los medios de comunicación, como un punto de vista de la sociedad como un todo, viéndolo desde esta perspectiva funcionalista. Lo que se espera, como medio de comunicación es que “se promuevan ciertos valores y pautas de comportamientos claves” (McQuail: 1991, p.102), refiriéndose a las funciones como resultado de ideas básicas que tienen estos medios de comunicación en la sociedad:

- **Información**

- Proporcionar información sobre acontecimientos y situaciones en la sociedad y en el mundo;
- Indicar las relaciones de poder;
- Facilitar la innovación, la adaptación y el progreso.

- **Correlación**

- Explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y la información;
- Apoyar a la autoridad y a las normas establecidas;
- Socializar;
- Coordinar actividades aisladas;
- Crear consenso;
- Establecer órdenes de prioridades y señalar status relativos.

- **Continuidad**

- Expresar la cultura dominante y reconocer subculturas y nuevos desarrollos culturales;
- Forjar y mantener el carácter comunal de los valores.

- **Entretenimiento**

- Proporcionar entretenimiento, diversión y medios de relajación;
- Reducir la tensión social.

- **Movilización**

- Hacer campaña a favor de los objetivos sociales en la esfera de la política, la guerra, el desarrollo económico, el trabajo y, a veces, la religión. (McQuail; 1991, p.103)

No se le atribuye orden jerárquico a los apartados, pero “la correspondencia entre función y contenido preciso, no es exacta, pues una función se superpone a otra, y ciertos objetivos cubren una porción mayor que otros en el espectro de actividades de los medios de comunicación” (McQuail; 1991, p.103)

2. TEORÍA DE USO Y GRATIFICACIONES

Para los medios digitales informativos es el público activo quien consume para satisfacer sus necesidades. En la región existe un abanico de medios digitales que entregan a los internautas información, por lo cual éstos compiten para que el público escoja la que más le agrada y se sienta identificado; el público es libre de lo que consumirá y lo hará en función a sus necesidades y/o usos mismos que son netamente personales. Por esta razón, las rutinas productivas de los medios deben realizarse de buena manera para entregar un buen uso (de información) y a la vez recibir una gratificación (por su trabajo).

La teoría de usos y gratificaciones surgió en la medida que se fue desarrollando el **funcionalismo-individual** que se centra en las conductas de audiencia en relación con los medios.

La audiencia tiene comportamientos con los medios y son capaces de describir sus experiencias. En cuanto a esto, McQuail aporta con una clasificación sobre los principales elementos, detallando así las gratificaciones que los miembros de las audiencias obtienen cuando consumen un medio en específico:

- **Información**
 - Buscar acontecimientos y condiciones pertinentes en el entorno inmediato, en la sociedad y en el mundo;
 - Buscar consejo sobre cuestiones prácticas o de opinión y de toma de decisiones;
 - Satisfacer la curiosidad y el interés general;
 - Aprender, auto-educarse;
 - Obtener una sensación de seguridad a través del conocimiento.

- **Identidad Personal**

- Buscar el refuerzo de los valores personales;
- Buscar modelos de comportamiento;
- Identificarse con otros individuos (de los medios) apreciados como modelos;
- Obtener intuiciones acerca de uno mismo.

- **Interacción Social e Integración**

- Obtener intuiciones acerca de las circunstancias de otras personas; empatía social;
- Identificarse con otros y alcanzar un sentido de pertenencia;
- Hallar una base para la conversación y la interacción social;
- Obtener un sustituto de la compañía real;
- Ayudar a representar roles sociales;
- Capacitarse para conectar con la familia, los amigos y la sociedad.

- **Entretenimiento**

- Evasión o distracción de los problemas
- Relajamiento
- Obtener goce cultural o estético intrínseco
- Llenar el tiempo

- Descarga emocional
- Excitación sexual (McQuail, 1991, p.105-106)

La clasificación presentada, resulta de manera más clara el impacto social que tiene la audiencia (como funciones en sí) en cuanto a los medios de comunicación.

Este enfoque (Uso y Gratificaciones) toma como punto de partida al consumidor de los medios más que a los mensajes transmitidos y a través de su experiencia directa con éstos indaga su conducta comunicativa. Katz, Blumer y Gurevitch en 1974 expresaron que “contempla al público como usuarios activos del contenido de los medios, más que cómo pasivamente influido por ellos. Por tanto, no presume una relación directa entre mensajes y efectos, sino que postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto”.

El modelo busca conocer, además, el porqué la audiencia selecciona ciertos medios, canales y contenidos programáticos, tratando de responder de la misma forma qué satisfacciones busca y cuáles les entrega los medios, incluso saber qué es lo que hace con la información recibida.

Las necesidades de los individuos y las razones que los llevan a interactuar con los medios son el elemento principal, tomando en cuenta el contexto psicosocial, los medios, las alternativas funcionales al uso de éstos, la conducta comunicativa como las consecuencias de ésta.

Denis McQuail planteó que los motivos que originan el uso de medios se descubren en circunstancias psicosociales donde se presentan problemas, donde los medios de comunicación son utilizados para resolver tales problemas como “la búsqueda de información, el contacto social, la diversión, el aprendizaje, el desarrollo social. Si el uso de los medios no fuera selectivo, no

podría acudir a ellos de ninguna manera significativa como instrumentos de solución de problemas” (McQuail: 1991, p.300)

El autor señalado propone un nuevo juicio con mayor énfasis en cuanto a las vinculaciones como las satisfacciones esperadas y las obtenidas a partir de los medios de comunicaciones, determinantes en la continuidad de su uso:

1. Las circunstancias sociales, personales y disposiciones psicológicas influyen conjuntamente sobre;
2. Los hábitos generales del uso de los medios de comunicación y también sobre;
3. Las creencias y las expectativas acerca de los beneficios ofrecidos por los medios de comunicación que moldean;
4. Los actos específicos de elección y consumo de los medios, seguidos de;
5. Evaluaciones de experiencia (con consecuencia para el uso posterior de los medios de comunicación) y posiblemente;
6. Aplicaciones en otras áreas de la experiencia y la actividad social de los beneficios obtenidos (McQuail, 1991; p.301)

Este enfoque de Usos y gratificaciones denota para este autor “la elección, la recepción y la manera de responder de la audiencia con respecto a los medios de comunicación”, se enfrenta a quienes sostienen que la selección de canales, contenidos y usos de la comunicación es habitual y no selectivo y son los medios quienes seleccionan para ofrecer. Esta situación supondría una “audiencia pasiva”, lo que es rechazado por quienes sostienen (“uso y gratificaciones” la existencia de una audiencia capaz de acomodar los medios

de acuerdo a sus necesidades, más de cuánto puedan los medios supeditar a la gente.

Una prueba de ello “proviene del coherente perfil de la conducta de los medios de comunicación y los tipos de contenidos escogidos según las variables demográficas” como sexo, familia, edad, etc., (McQuail, 1991; p.299).

Según el autor, los trabajos han demostrado que los receptores pueden describir su experiencia con los medios en términos funcionales (solución y satisfacción de problemas) incluso se ha probado empíricamente que el individuo seleccione de acuerdo a su estado de ánimo, por ejemplo, para la tristeza escogerá humor.

No obstante, el uso de los medios se ve estimulado y limitado por la interacción psicosocial. Sin duda, estas limitaciones y motivaciones no impiden el desarrollo de un público activo que selecciona medios, contenidos y canales incluso cuando existan en él “grandes dosis de aceptación pasiva”.

Por otra parte, los autores Katz, Blumer y Gurevitch hicieron cinco postulados sobre esta teoría:

1. Se concibe al público como un grupo activo. El uso de los medios de comunicación por los individuos se supone dirigido a unos objetivos.
2. En el proceso de la comunicación de masas corresponde al miembro del público buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.
3. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades. Además, las necesidades atendidas por los medios masivos sólo son parte de las múltiples necesidades humanas.

4. Las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre sus intereses y motivaciones al hacer uso de los medios de comunicación.
5. Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran las orientaciones del público. (Katz, Blumer y Gurevitch, 1985, p.135)

En base a lo anterior, es el público quien deja de ser pasivo, escoge a qué medio dirigirse, y como consecuencia éstos tienden a competir por posicionarse en la mente de las personas, entregándoles diversas necesidades que la audiencia pudiese requerir.

3. AGENDA SETTING

Es una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación. “Se refiere al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad” (McCombs, 2006, p.17), esto es lo que se conoce por “agenda”. Ésta “se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de las audiencia” (Rodríguez, 2004, p.15) ya que las personas, además de recibir la información que entregan los medios, sea local, nacional o internacional, van adquiriendo conocimiento y aprenden de ellos y le dan la importancia que se requiere.

Remontado al año 1922, Walter Lippmann, tiene una referencia sobre la agenda setting al hablar sobre “El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza”, donde explica que los medios de comunicación son la fuente para que las personas conozcan ese mundo exterior, porque por “nuestro” propio medio no se podría acceder a tanta información. Entonces, los medios de comunicación son los indicados de contarles a las personas lo que sucede en el exterior y así puedan tener una imagen clara en su mente. Por lo tanto, cuando se habla de agenda-setting “es hablar de las imágenes de los temas que destacan los medios, además de su transferencia a las imágenes que se reproducen en nuestras cabezas” (Rodríguez, 2004, p.15), esto equivale a que las imágenes que son destacadas por los medios, también son destacadas por la audiencia.

McCombs y Evatt (1995) introduce, además de los asuntos de la agenda, “imágenes y perspectivas que entran en el plano subjetivo y de la opinión, tiene que ver con cómo se produce la transferencia de prioridades y el énfasis otorgado a cada uno de los temas”, denominándose este “segundo nivel de estudio” como una “segunda dimensión de la agenda-setting” (McCombs, 1994).

La teoría de la agenda-setting “ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia; cómo se forma opinión pública y por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas mientras otros carecen de la misma iniciativa” (Rodríguez, 2004, p.15). La gente cuando determina y decide cómo y por qué usan determinados medios de comunicación “forma parte activa del

proceso comunicativo, según sea su contexto y trasfondo individual, actitudes y acciones (Wanta, 1997).

El tema de “la agenda setting” ha sido muy estudiada desde los años setenta, se llega a un acuerdo que los temas de contenido público son los siguientes: política, medio ambiente, criminalidad o elecciones, por ejemplo. Ante esto afirma Wanta (1997, p.1) “No todas las personas demuestran idénticos efectos de la agenda-setting. No todos los temas influyen de la misma manera en los individuos. No todos los tipos de cobertura influyen igual. Una infinidad de factores intervienen en este proceso”

Por otra parte, Martínez Albertos (1989) plantea que la agenda setting tiene como función permitir que los ciudadanos lleguen a formarse un juicio personal acerca de lo que es importante en la vida pública de su país. Y esto como resultado de la mayor o menor presencia que determinados asuntos o personas tengan en los espacios informativos.

A juicio del autor, existen tres efectos que son atribuibles a la agenda setting:

1. “Delimita rigurosamente el campo de los contenidos informativos”. Los medios y los periodistas no sólo periodifican la realidad, sino que además descartan por exclusión la posibilidad de que haya otros elementos fuera de la agenda a los que valga la pena prestar atención, exceptuando las eventualidades previsibles.
2. Basado en Cohen (1966), el autor afirma que el dueño de la agenda (periodista o medio) influye sobre el concepto que tiene el público de lo que es importante. Pero la apreciación valorativa de la gente no coincide

siempre con la opinión del dueño de la agenda, en relación con esa persona o cuestión que se ofrece de interés periodístico y socialmente importante.

Inclusive Martínez Albertos afirma que la dedicación excesiva de tiempo o espacio a una situación o hecho puede producir una reacción de rechazo en el público en relación a los juicios propuestos.

3. La organización profesional mediante la cual los periodistas producen cada día las noticias, se impone a los intereses ideológicos de los propietarios y editores al determinar qué nombres ocuparán los lugares privilegiados de la agenda del medio.

En definitiva, la agenda setting plantea que los medios de comunicación (digitales, escritos, televisivos, radiales) escojan temas relevantes que se transforman en noticias para la sociedad con la finalidad de retroalimentar a la audiencia, aunque en algunos casos la agenda es más rígida y no tan adaptativa, pero eso va a depender de cada medio de comunicación masivo.

3.1 Gatekeeper

Término en inglés que significa “seleccionador de noticias” que ocupa un rol fundamental en la teoría de la agenda setting. Su definición, según Wimmer y Dominick (1996, 375) afirma que “es la selección temática de los medios la que influye en la selección o percepción temática del público, y no la inversa, como sostendría la hipótesis alternativa”. El gatekeeper o “guardabarreras” es entonces el que determina la agenda de los medios de comunicación.

El autor William DeGeorge (1981, p.219-220) menciona la palabra “gatekeeper” para referirse a las personas que, individual o colectivamente, en los medios de comunicación son los encargados de seleccionar las noticias que aparecerán en su medio. A criterio del autor enumera las siguientes funciones:

1. Es la persona encargada de enjuiciar qué temas son periodísticamente interesantes de los que no.
2. Determina el tiempo o espacio, según el medio, que ocupará un tema además del tipo de cuerpo, titular o ubicación.
3. Impondrá la importancia que haya de dar un ítem o el género periodístico con el que tiene que ser tratado. Es una especie de “hombre tamiz” que deja pasar unas informaciones y otras no, que realza, comunica o silencia unos temas sobre otros.

Por otro lado, Robert Park (1922, p.328) al referirse sobre los elementos que determinan las agendas de los medios de comunicación afirma, “sobre todos los acontecimientos que ocurren y son seguidos por periodistas, corresponsales y agencias de noticias, el editor (seleccionador de noticias o gatekeeper) elige sólo algunos temas que considerará más relevantes e interesantes que otros para ser publicados. El resto de las noticias desechadas van a parar a la papelera. Se podría decir que hay un montón de asesinatos todos los días”.

Existen diversos autores (White, 1949; Roshco, 1975; Nicolai y Riley, 1972; Galtung y Ruge, 1973) que muestran cómo pueden influir los gatekeeper en la selección de noticias:

- Primero: están los relacionados con el factor humano o subjetividad de la persona que selecciona las noticias, sus preferencias, gustos, presiones por parte de manuales de estilo o escuelas aprendidas.

- Segundo: destacan los factores relacionados con el espacio y tiempo. Si hubiera que resumirlo en una frase se sostendría que son muchas las noticias que llegan a las redacciones y muy pocas las que, después de un proceso rápido de selección, tienen espacio para salir a la luz.
- Tercero: estarían los factores circunstanciales que por su naturaleza pueden resultar ajenos al seleccionador de noticias pero terminan convirtiéndose en los temas destacados como el caso del acontecimiento de última hora y no están previstos en la agenda.
- Cuarto: algunos de los autores mencionados dirán que los factores psicológicos o de percepción son los que favorecen que unos temas sean más lucidos que otros y por consiguiente, llamen más la atención de los gatekeeper o cualquier persona de la sociedad.

Los gatekeeper son los protagonistas de la agenda setting y deben respetarse las decisiones que éstos o éste tenga/n al momento de seleccionar la cartera de contenidos para el día. Estos “seleccionadores de noticias” se les conoce como editores y como periodistas la labor es realizar bien su nota informativa para que no sea rechazada. En definitiva, los gatekeeper son los que manejan el índice de las noticias del día a día.

CAPÍTULO II

Para el desarrollo de este ítem resulta necesario definir qué es periodismo, el rol que cumple en la sociedad y el deber hacer del periodista en su día a día, además de repasar cómo se construye la noticia. También recordar que la sociedad de la información abre el camino para que nazca el periodismo digital y a través de los medios digitales pueda desarrollarse la profesión de forma más expedita e inmediata.

1. PERIODISMO TRADICIONAL

Tradicionalmente el periodismo es definido por Lorenzo Gomis (1991) como un “fenómeno de interpretación, y más exactamente un método para interpretar periódicamente la realidad social del entorno humano, método que comporta unos hábitos y unos supuestos”, además el autor señala que el periodismo es un método de interpretación, por lo cual plasma tres argumentos: “primero, porque escoge entre todo lo que pasa aquello que considera interesante; segundo, porque interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia) y además distingue en ella entre lo que es más esencial e interesante (recogido en el lead o primer párrafo y estacado en el título); tercero, porque además de comunicar informaciones así elaboradas, trata también de situarla y ambientarlas para que se comprendan (reportajes, crónicas) y de explicarlas y juzgarlas (editorial y, en general comentarios)” (Gomis, 1991, p.38). Lo mencionado se traduce en que el periodismo tradicional busca encontrar los hechos que ocurren en una sociedad con la finalidad de darla a conocer a través de sus diferentes medios que deben

transmitir una información fidedigna, pues “a los ciudadanos les es útil saber para actuar libre y solidariamente” (Galdón, 2006: p.19).

1.1 Rol del Periodismo

“¿Qué hace el periodismo? Interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis: 1991; p.35). Es por esto que, el compromiso con la sociedad, con la verdad y la objetividad del relato de los hechos son de suma importancia y de responsabilidad del periodismo y de quien los narre. Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas y anécdotas, además tiene un poder frente a la sociedad que debe ser llevado de buena manera, sin crear la morbosidad en el lector y/o espectador.

El periodismo a la sociedad le entrega relatos de los hechos que a esta misma le importa, pudiendo llegar a ser trascendentales en la vida de cada persona, por lo mismo, la información publicada no puede ser vaga ni fácil de malinterpretar, sino que debe ser fidedigna, precisa y concisa para que puedan desenvolverse en una sociedad libre.

La labor que el periodismo tiene con la sociedad demuestra que sea una profesión con un alto poder social, judicial y moral, puesto que si la información entregada es falsa o sus fuentes no son certeras ni corroboradas, puede generar conflictos, además de problemas legales al periodista si infringe alguna ley o transgrede los derechos de las personas.

La libertad de prensa es un derecho universal proclamado por la ONU y nadie está exento de recibir información y que ésta genere influencia en la audiencia. “La toma de decisiones en los chilenos se basa más en lo que los medios

masivos difunden que en sus experiencias directas” (Vera; 1998, p.13) debido a esto el periodismo en la política también es un factor primordial e impulsor de ideas.

“En una democracia, el periodismo tiene un rol fundamental: dar a la gente información que le ayude a ejercer su ciudadanía y participar en las decisiones de su gobierno. El periodismo vigila las acciones de los gobernantes para cerciorarse que ejercen su papel de representantes como es debido.” (Cruz, 2009, p.64). De esta manera, esta profesión permitió abrir las perspectivas de las personas y que tengan opinión frente a hechos determinados para no ser marginados de una sociedad en donde la información y la democracia se encuentran ligados.

La manera de hacer periodismo, su difusión y obtención de datos ha ido evolucionando, destacando que “ciertas necesidades básicas, como la información, la necesidad de ‘explicaciones, el interés por las opiniones sólidas, seguirá siendo determinante en la profesión.” (Santibáñez; 1994, p.36).

Internet y las redes sociales se convirtieron en un medio relevante al momento de entregar información, pero esto no significa que lo transmitido sea verídico. Lo que consta que, “el verdadero impacto se genera sólo cuando la información de una red social es reproducida por un medio masivo” (Cuadernos de información N°30, 2012, p.66) y es en este escenario en donde la importancia y el rol del periodismo juegan un importante papel: informar e interpretar de forma verídica e imparcial a la sociedad, entregando los hechos que acontecen de manera inmediata, ya sea en cualquiera de los diferentes medios disponibles para hacerlo.

1.2 Rol del Periodista

Durante siglos existieron personas que se encargaron de informar sobre lo que sucede en el entorno. Esto se remonta a Grecia y Roma que tuvieron las primeras manifestaciones periodísticas, “Roma no hizo otra cosa que utilizar la comunicación social, desde las normas griegas importadas o de desarrollo paralelo el embrión de “diario oficial” que fueron las Actas Diurnas” (Aguilera, 1991, p.21) las que se caracterizaron por ser el comienzo del Periodismo en la Antigua Roma. “La evolución de esta comunicación, en un lento, aunque asombroso, proceso de siglos, ha desembocado, entre otras manifestaciones culturales, en el moderno Periodismo, en su estricto sentido de información de actualidad” (Aguilera, 1991, pg.22)

Juan Pablo Cárdenas (2006, p.5) “existen pocas actividades tan expuestas como el periodismo. En su misma esencia está la búsqueda de un receptor que necesita la novedad, que requiere de una explicación o que acepte una visión del mundo distinta a la propia”, es por esto que la importancia de dicha profesión radica en que las personas pueden saber lo que ocurre a su alrededor. Asimismo lo señala Cremilda Araujo (1980, p.18) “el periodismo construye su espacio en la sociedad, un espacio que sólo sobrevive en cuanto el periodista actúa como un vaso comunicante”, por lo cual el periodista funciona como un puente entre la información y la sociedad. Cabe mencionar a Sánchez Ramos (1990, p.12) al referirse a la misión del periodista: “es ser testigo de aquellos acontecimientos que puedan perjudicar o beneficiar a la gente”, por lo tanto, el profesional de las comunicaciones debe estar al tanto de lo que ocurre en la sociedad, traduciendo e interpretando los datos para la obtención de la noticia.

La sociedad puede tomar decisiones sobre informaciones que son entregadas por especialistas y que colaboran con el bien común de la comunidad, además, la información procesada por las personas les da el otorgamiento de expresar sus pensamientos e ideas acerca del acontecimiento. Por lo tanto, “es así como el periodista se transforma en un agente social, el cual propone servir a los derechos humanos consagrados universalmente, es decir, que tiene el compromiso con la justicia social, la equidad entre los seres humanos y entre las naciones. Que cumple un papel fundamental en la promoción de la libertad de expresión, asociación y movilización social. Un profesional que no sólo reclame para así acceder a los medios de prensa y ser voz de los que no tienen voz, sino que ponga sus propias fuentes de trabajo al servicio de quienes quieran y deban expresarse en beneficio del progreso universal” (Cárdenas 2006, p.12).

Los periodistas, quienes se sustentan de esta labor, nacen como tal en el momento en que la prensa se consolida como empresa comercial al darle valor a su contenido. “En Inglaterra primero, con Alfredo Hamsworth, más tarde Lord Northcliffe, en el “Daily Mail” y en el “Times” después, donde el periodista europeo ‘se aproxima más a los grandes capitanes de la prensa norteamericana’ según la expresión de Ernesto Montenegro” (Valdebenito, p. 148).

Posteriormente surgen los fundadores de la moderna prensa norteamericana, quienes comienzan a innovar con diferentes estilos de periodistas y de periódicos, como periodistas alertas y reflexivos y los diarios sensacionalistas, según Alfonso Valdebenito, James Gordon Bennett (“New York Herald”, 1835); Alejandro Hamilton (“Evening Post”); Horace Greely (“New York Tribune”, 1841);

Charles Dana (“Sun”, 1833); Henry J. Raymond (“Times”, 1851); Joseph Pulitzer (“World”), entre otros.

El ejercicio del periodista tiene como función recolectar información, investigar e informar sobre los acontecimientos que surgen en la sociedad, sin embargo, esta función se ha modificado con la llegada de nuevas metodologías para hacer periodismo, incluyendo los medios tradicionales-prensa, radio, televisión- y los medios digitales que están dando cabida a una información cada vez más instantánea e innovadora.

El rol que cumple el periodista en la opinión pública es fundamental “para que la sociedad conozca sus problemas,... le adviertan frente a los males que la amenazan y sus responsables y pueda gratificar a quienes actúan positivamente... proponiendo nuevas soluciones, desarrollando políticas de progreso o, simplemente, contribuyendo con su aporte al arte y a la belleza” (Santibáñez, 1994; p.32) y de esta manera ser los intermediarios con mayor importancia para la colaboración de la evolución de cada país y para el bienestar de las personas.

La responsabilidad y el compromiso social son parte fundamental del ejercicio de esta profesión, independiente si los artículos escritos o la noticia relatada sean olvidados al día siguiente; en base a esto que Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro “Manual del periodismo” señalan:

- “Dominio técnico del periodismo, como responsabilidad profesional”
- “Apego a la verdad, como responsabilidad de inteligencia”
- “Servicio a la comunidad, como responsabilidad social”

Es necesario que el periodista cumpla con informar cómo suceden los acontecimientos de manera fidedigna. Es por ello que debe obtener fuentes confiables, validables, etc. e información relevante, saber sintetizar la noticia y ser responsable a la hora de ejercer su labor, ya que “la base del problema de la responsabilidad de los periodistas, es la libertad” (LeAute, p.9), libertad que se extiende hasta transgredir alguna ley, norma o la integridad de las personas. Además de las características descritas, el respaldo de las fuentes y la actitud demostrada por el profesional en casos en donde se vea perjudicada una tercera persona es clave para un buen ejercicio, “entre libertad de expresión y derecho a la información, los profesionales del periodismo también están protegidos ante posibles reclamaciones de ciudadanos presuntamente lesionados por *textos informativos erróneos*, siempre que la conducta del periodista responda a las exigencias propias de un trabajo ejercido con la diligencia habitual de estos profesionales.” (Martínez, 1989; p.61)

Según señala la Revista *Anthropos* (2005, p.125) “el periodista, deberá mantener su posición como intérprete de la realidad, continuará seleccionando las noticias que considere más relevantes, así como, tratando y elaborando informaciones para publicarlas en el medio.” Debido a la delgada línea que separa lo que puede ser tergiversado o real, cabe señalar “que los medios son educadores y, al mismo tiempo, transmiten información a un público ya educado” (L. Hester; J. To p. 22).

Por otra parte, la ética periodística es un factor primordial al momento de convertirse en un profesional, pues debe ser riguroso con sus publicaciones o más aún con el cumplimiento de la libertad de expresión y de la información. El Código de Ética del Colegio de Periodistas en su formulación actual (1994)

señala que “los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por el principio de la verdad entendida como una información responsable de los hechos. El ejercicio del periodismo no propiciará ni dará cabida a discriminaciones ideológicas, religiosas, de clases, raza, sexo ni de ningún otro tipo. Que lleven a la ofensa o menoscabo de personas naturales o jurídicas (Art °1)” (Santibáñez; 1994, p. 142) Entonces, debe comunicar e informar de la manera más transparente, con hechos fidedignos que demuestren la realidad que acontece en la sociedad.

2. CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA

Mar de Fontcuberta (1993, p.74) afirma que “cuando se produce un acontecimiento, el periodista se encuentra ante los siguientes elementos, un hecho que implica que ha ocurrido algo, generalmente a alguien, en un determinado lugar, en un espacio y tiempo, con unas características y debido a unas causas. La respuesta a todos estos elementos en un texto elaborado para ser difundido por los medios, convierte el acontecimiento en noticia”, es decir, en texto radial, de prensa, televisivo o digital, que informa a la sociedad sobre determinados temas que son relevantes para ésta.

Para distinguir la noticia de otras informaciones el tiempo es un elemento básico, pues “el acontecimiento periodístico tiene como base su existencia la actualidad, cuanto más inmediata mejor. La actualidad es un factor que convierte un hecho en digno de ser noticia, hasta el punto de que la actividad periodística se reconoce porque selecciona y difunde los llamados hechos de actualidad” (Fontcuberta, 1993, p.21). Asimismo, se establecen los elementos de la noticia que sus “criterios empleados dependen de muchos factores y

tienen que ver también con los valores imperantes en cada sociedad o grupo humano” (Santibáñez, 1994, p.76). Los textos periodísticos no siempre coinciden con la cantidad de elementos de valor de la noticia, pero debe contener al menos algunos de los siguientes expuestos por Abraham Santibáñez (1994, p.77-78)

1. **Actualidad:** Inmediación con el tiempo.
2. **Proximidad:** Inmediación con el espacio.
3. **Consecuencia:** Repercusiones futuras del hecho.
4. **Prominencia:** Relevancia personal.
5. **Rareza:** Lo que sale de lo habitual.
6. **Conflicto:** Desavenencias entre gentes relevantes, perspectivas de escándalos futuros.
7. **Sexo:** Cómo se aprecia crudamente en la prensa sensacionalista.
8. **Emoción o interés humano:** Historias sentimentales, que generalmente se refieren a niños, ancianos o animales.
9. **Progreso:** El periodismo ha tenido espacio para las noticias de descubrimientos científicos, premios de todo género y actos positivos.
10. **Suspense:** La noticia todavía no tiene desenlace.
11. **Tragedia** (incluye catástrofe).

Una información que esté completa debiera responder a estas preguntas que encasillan a las cinco w: what (qué), who (quién), when (cuándo), where (dónde), por qué (why), considerando una sexta es how (cómo), ya que en inglés lleva la “w” al final. El objetivo es que el contenido de la noticia se mezcle con los elementos de valor y la utilización de las “w” para que el público pueda informarse realmente sobre lo que acontece en la región, país o el mundo.

Sin embargo, “los avances tecnológicos han sido uno de los principales factores que han modificado la estructura de la noticia” (Fontcuberta, 1993, p.72) puesto que ya no siguen un lineamiento específico, pues se ha tenido que adaptar a los medios que la distribuyen, ya sea prensa, radio, televisión y lo digital. Cada medio tiene su manera de “hacer noticias”, pero siempre teniendo en consideración su construcción, es decir, las “w” y elementos de valor, ya que una noticia bien elaborada siempre va a mezclar ambas cosas, a pesar que su estructura se modifique (pirámide invertida).

3. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Con el nacimiento de las tecnologías de la comunicación y los cambios que éstas han provocado en las sociedades actuales apareció un concepto llamado “sociedad de la información” que La Comisión Europea (CE), citada en el libro “Ciberperiodismo” (2001, p.25), considera que “la sociedad de la información existe cuando la informática (ordenadores, robótica, etc.) se combina con las telecomunicaciones (redes telefónicas, comunicaciones por cable, RDSI)”. En palabras de los autores, dicho concepto traería como consecuencia la introducción en red de la información pues “las redes de comunicación... constituyen elementos fundamentales de la sociedad de la información” (Flores y Arruti, 2001, p. 26)

Desde el desarrollo de los ordenadores personales y la masificación de Internet, la sociedad se encuentra frente a un adelanto tecnológico con dimensiones que aún no son del todo conocidas, pues las tecnologías varían y se van modificando, pero esto no es un obstáculo, debido al uso práctico y a la incorporación de nuevos usuarios. Ya en la década de los noventa esta

sociedad de la información venía desarrollándose, incluyendo al fenómeno de Internet que va evolucionando día a día.

“Lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos” (Castells; 2002, p.58) Es decir, que los aprendizajes y los usos de las nuevas tecnologías progresaron y que éstas, además “no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar” (Castells; 2000, p.58), ya que en la sociedad globalizada se hace necesario tener que aprender y sobre todo el uso de las TICS.

Una de las claves de la sociedad de la información es la digitalización, según lo señala la Revista Mexicana de Ciencias Políticas y sociales de la Universidad Autónoma de México (2002, p.17) es un “proceso que ha dado lugar a nuevos medios; nuevas formas de producir, almacenar y difundir información; ha modificado sustancialmente las relaciones interpersonales y los sistemas de producción, educación y entretenimiento. Entre los cambios más importantes de orden general, figura una nueva interpretación de la dimensión espacio temporal de los individuos, que pone en juego tanto los conceptos tradicionales, como la organización de su vida cotidiana”

Desde un punto vista técnico destaca, además, la convergencia de tres sectores que trabajan separadamente: telecomunicaciones, informática y audiovisual o mediático, los que se integran en redes. Aunque inicialmente esta convergencia se plantea sólo en el ámbito tecnológico, trajo consecuencias de orden económico, político y cultural.

4. PERIODISMO DIGITAL

El concepto de “Periodismo Digital” es definido por Ramón Salavarría (2011) como una “especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir, sobre todo difundir contenidos periodísticos”. A esto se suma a la definición que entregó Stephanie Falla (2011) quien lo señala “como la convergencia de medios (prensa, radio y televisión) y recursos en una misma plataforma: Internet. El periodismo Digital aprovecha los recursos y servicios que provee el Internet, para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata”.

Los primeros indicios de la creación de medios digitales se remontan a la década del 70 “En marzo de 1979 nacía en Birmingham el primer periódico del mundo publicado sobre un soporte electrónico – pantalla de televisión en lugar de papel-. Se llamaba viewtel 202 y estaba considerado como un servicio complementario al diario Birmingham Post and Mail. Las páginas se transmitían por el sistema Prestel de teletexto, y era necesario un descodificador para recibirla en la televisión de los escasos abonados. El denominado periodismo electrónico” (Armentia, Caminos, Elexgaray, Marín, Mercán, 2000, p. 87).

En este sentido se destaca que hace más de 30 años los editores de los diarios impresos introdujeron sus productos en Internet, al darse cuenta que su negocio es la elaboración y difusión de información, independientemente del soporte que se utilice para ello.

En la década de los 90, algunos importantes medios comienzan a adentrarse en este complejo mundo de la Red de Redes, según los autores antes mencionados, uno de los primeros periódicos completamente online se crea en Gran Bretaña para luego generar una serie de otros diarios que se interesaron en este avance “En 1994 el rotativo británico DailyTelegraph se convierte en el

pionero en ofrecer una edición digital de periódico – el ElectronicTelegraph-, en el que se da a las informaciones un tratamiento específico para el nuevo medio. En Estados Unidos el primer diario en crear una edición íntegra digital fue el San José Mercury News en 1994. En un principio fue un medio de pago (5 dólares al mes), pero a partir de mayo de 1998 pasó a ser gratuito; una tendencia que también se ha producido en otros diarios.” (Armentia et al., 2000, pág. 87).

En España, la primera revista digital se llamaba *El Temps*, proveniente de Valencia. Ésta fue considerada pionera en su género en el año 1994.

En 1995, esta nueva forma de hacer periodismo irrumpe en las grandes ciudades de España, ocurriendo una expansión de estos medios en Madrid y Barcelona: Los tres principales diarios de Barcelona: “La Vanguardia”, “El Periódico”, “Avui”- podían consultarse en la Red. En 1996, los tres principales diarios madrileños: “El País”, “ABC” y “El Mundo” también se hacían presentes en la Red.

Es decir, comenzó una explosión de medios web para entregar los contenidos que realizaban a los usuarios. A principio del 2000, la publicación *American Journalist Review* en su índice de diarios digitales hablaba de la existencia, a principios del 2000, de 2.274 de este tipo de medios. Un análisis detallado de las cabeceras recogidas en dicha publicación arroja que dichos datos se quedan cortos, ya que al menos en el caso europeo un buen número de periódicos no aparecen en dicho listado. De todas formas, “los datos de *American Journalist Review* sí que sirven para ilustrar el enorme desequilibrio existente en el ámbito del periodismo digital entre las distintas zonas del mundo. Así, mientras Estados Unidos abarca el 52% de los diarios existentes en Internet, el continente africano sólo aporta un 2%. Europa, con un 21%”. Sin embargo, el estudio muestra que hasta esa fecha, América Latina sólo

representaba un 12% de los diarios digitales existentes.” (Armentia et al., 2000, pág. 87).

Por otro lado, Julio Orione remarca la importancia que comenzaron a adquirir los medios online en la década de los 90 cuando se inició la masificación de este tipo de periodismo. “En 1990, el periodismo entró en una nueva etapa: se publicaron los primeros diarios y revistas en la World Wide Web. Hoy, no sólo existen las versiones digitales de los diarios y revistas en papel, sino también publicaciones nacidas y desarrolladas en Internet. Una de ellas es *Drudge Report* un periódico sensacionalista que publicó por primera vez los entretelones del caso Lewinsky, arrastrando de inmediato al resto de la prensa “seria” a cubrirlo.” (Orione, 2006, p. 31).

El autor, además agrega que “el periodismo online es una nueva manera de hacer periodismo, diferente de las demás por las características peculiares del soporte, que permite la coexistencia de la escritura, el audio, la imagen fija y la imagen en movimiento.” (Orione, 2006, p.95).

Hoy, el periodismo online afronta varias cuestiones cruciales, una interna, es cómo se debe organizar la redacción: si deben estar unidas a la redacción del diario impreso y de la versión digital o si deben ser dos redacciones separadas (incluso hay casos en los cuales se optó – The New York Times, Clarín- por crear una empresa diferente para la edición en internet).

En este último tiempo, el periodismo digital ha cobrado mayor relevancia, pues Internet ha contribuido para que la profesión se expandiera, porque es importante destacar que el periodismo en sí tiene como base “el bien común” e ir siempre investigando, denunciando casos que acongojan o bien benefician a la sociedad. Con la llegada del periodismo digital el trabajo se hace más instantáneo, ya no es necesario adquirir un periódico o revista para conocer lo últimos hechos o sucesos en diversos ámbitos noticiosos, debido a que la

plataforma lo consolida de manera eficaz y eficiente. Sin embargo, “una de las mayores preocupaciones de los periodistas de diarios y revistas es lograr que los lectores le crean, y para eso no hay nada mejor que la comprobación sistemática y fehaciente (chequeo) de la información que se emite” (Orione, 2006, p. 67). Es por eso que la labor de verificar la fuente de información en la web se hace más complejo. Por lo que “Determinar cuál es la fuente “seria” y cuál no forma parte del trabajo periodístico. Pero con la publicación de todo tipo de información en la web, esta rutina se ha convertido en una tarea mucho más ardua” (Dube, 2002).

Sin embargo, Julio Orione manifiesta que el ciberperiodismo tiene límites insospechados por lo que “El periodismo online crece con ímpetu y ya es la primera opción de mucha gente en el momento de enterarse de las noticias. En el futuro próximo, el auge de la banda ancha, las conexiones más rápidas y flexibles y los servicios inalámbricos le darán más fuerza aún”. (Orione, 2006, p.119)

4.1 Las Etapas del Periodismo Digital

Desde sus inicios los usuarios que buscaban información específica en Internet reclamaban participación. Ya no se conforman con simplemente leer informaciones en la web y quedarse para sí mismo las opiniones o comentarios que le generen ciertos temas.

Según Julio Orione, desde sus comienzos, el periodismo digital vivió varias etapas, entre las que se pueden señalar estos hitos principales:

- 1.- El diario digital como merca traslación de la edición en papel (1990)
- 2.- La inclusión de audio y video (a mediados de los años 90).

3.- La inserción de elementos interactivos: encuestas, foros de discusión, chat con personajes públicos, etcétera (a mediados de los años 90).

4.- El intento de creación de comunidades con la presentación de servicios por suscripción, cuentas de webmail para los lectores, newsletter, etcétera (a mediados de los años 90).

5.- La inclusión de direcciones de correo electrónico para que los lectores se pongan en contacto con el medio o con los periodistas (hacia fines de los 90).

6.- La noticia al momento (hacia fines de los 90 y principio del siglo XXI).

7.- Las noticias enviadas al celular y a las palmtops (en los primeros años del siglo XXI).

8.- Introducción de informes especiales multimedia (en los primeros años del siglo XXI).

Por otro lado, ante esta rápida evolución, los medios debieron cambiar la presentación de las noticias online sometiéndolas a 3 rasgos exclusivos:

“1.- Conviven en Internet la fugacidad de la radio y la televisión con la permanencia del impreso.

2.- Los lectores conforman una masa móvil, que cambia durante el tiempo en que son presentadas online las noticias.

3.- A ello se suma la capacidad de conservar la información en un archivo teóricamente infinito.

Por lo tanto, Julio Orione explica que para hacer periodismo online hay que:

1.- Saber dominar las técnicas de escritura y de edición periodística en general, como también tener conocimientos de periodismo oral y de manejo de la imagen televisiva periodística.

2.- Aprender a dominar las técnicas de escritura y de edición específicas para internet, en todas sus variantes.” (Gills, 2006, p.21).

Lo que no se pone en duda es que el nacimiento del ciberperiodismo ha sido el cambio más influyente y transformador de la última década dentro de la gradual transformación de los procesos de producción y difusión de los medios de comunicación, a raíz de la incorporación de las tecnologías digitales. A mediados de los noventa ya había un buen número de publicaciones que apostaban tímidamente por la aventura de Internet. El número de internautas fue creciendo exponencialmente y en poco tiempo la red se consolidó como una fuente informativa insustituible, en especial en las redacciones de todos los medios de comunicación.

Cuarta Parte:

Marco Metodológico



CUARTA PARTE: MARCO METODOLÓGICO

1. MARCO METODOLÓGICO CUALITATIVO

Una investigación científica se puede definir como “un tipo de investigación “sistemática, controlada, empírica, y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las presuntas relaciones entre fenómenos naturales” (Kerlinger, 1975, p.11), asimismo se añade lo impuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2003, p.10) en su libro “Metodología de la Investigación”, como “sistemática y controlada, que hay una disciplina constante para hacer investigación científica y que no se dejan los hechos a la casualidad. “Empírica” significa que se basa en fenómenos observables de la realidad. Y “crítica” quiere decir que se juzga constantemente de manera objetiva y se eliminan las preferencias personales y los juicios de valor. Es decir, llevar a cabo investigación científica es hacer investigación en forma cuidadosa y precavida.”

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista en su libro “Metodología de la investigación”, se utiliza el **enfoque cualitativo** para descubrir y refinar preguntas de investigación que se centran en métodos como la recolección y análisis de datos, es decir, las descripciones, observaciones, entrevistas abiertas, revisión de documentos, no una medición estadística. La indagación es dinámica entre los hechos y las interpretaciones, por lo cual resulta un proceso “circular”, es flexible. La finalidad de éste es reconstruir la realidad, tal y como observan los agentes de un sistema social previamente definido.

El presente seminario de investigación se centra bajo este enfoque, ya que su objetivo es describir las rutinas productivas de los medios digitales de la

localidad de La Serena y Coquimbo, utilizando métodos que permitan comprender el fenómeno que se estudiará: los medios digitales. Para esto se hace necesario utilizar métodos que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, sino más bien métodos que permitan realizar observaciones y descripciones a partir del objeto de estudio. De esta forma se realizarán entrevistas para comparar los diferentes medios de la zona y cómo éstos trabajan en su día a día para construir una noticia.

2. TIPO DE ESTUDIO

Dentro del proceso de investigación y según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2003, p.44) quienes adoptan la modalidad de Dankhe (1986), se necesita definir si la investigación se inicia como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa y hasta qué nivel llegará, “Esta clasificación es muy importante, debido a que según el tipo de estudio de que se trate varía la estrategia de investigación”

Según los autores antes mencionados, el estudio exploratorio examina un tema poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Por su parte, los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986)”. También existe la investigación correlacional, que tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, dentro de un mismo contexto. Y por último se encuentra el estudio explicativo, la cual va más allá de describir conceptos o fenómenos; éstas están dirigidas a responder a las causas de los eventos u hechos sociales que se estudian.

A pesar que una investigación puede caracterizarse como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, no necesariamente se tiene que situar como tal, sino que aunque “un estudio sea esencialmente exploratorio contendrá elementos descriptivos, o bien un estudio correlacional incluirá elementos descriptivos, y lo mismo ocurre con cada una de las clases de estudios” (Hernández et al., p.50)

2.1 Estudio Exploratorio-Descriptivo

Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán dos tipos de estudios, el exploratorio y el descriptivo, ya que por una parte, “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes.” (Hernández et al., p.44), como es el caso de los medios digitales de La Serena y Coquimbo, además este estudio sirve para aumentar la familiaridad con eventos relativamente desconocidos y así llevar a cabo investigaciones más completas, “investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinadas áreas, identificar concepto o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables (Dankhe, 1986)” (Hernández et al., 2006, p.45).

Asimismo, el estudio descriptivo también es fundamental para el desarrollo de la investigación, debido a que por una parte el propósito del investigador es describir situaciones y eventos, en este caso, cómo es y cómo se manifiestan diversos eventos. A pesar que los medios digitales se insertaron en la sociedad hace un tiempo, las plataformas informativas en La Serena y Coquimbo son un

caso poco abordado y de bajo conocimiento. Es por esto, y debido a que los estudios descriptivos “miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar” (Hernández et al., 2006, p.45.), es interesante hacer un análisis de ello; además, los autores señalan que ésta ofrece la posibilidad de hacer predicciones o relaciones, aunque sean poco elaboradas.

3. OBJETO DE ESTUDIO

Como se menciona en un inicio, el objetivo de esta investigación es “Conocer las rutinas productivas de los medios de comunicación informativos digitales en las comunas de La Serena y Coquimbo”, para así describir y conocer los medios digitales clasificados.

Para realizar dicha investigación, en un universo de dieciséis medios digitales de las comunas de La Serena y Coquimbo, sólo cinco están **inscritos en la Intendencia de la Región de Coquimbo y en la Biblioteca Nacional de Chile bajo la Ley 19.733 "Ley sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del Periodismo"**, donde una de sus funciones es regular el funcionamiento de los medios de comunicación. En este contexto, el Art. 11° (Registro de Medios Escritos), señala que “La creación y puesta en marcha de un medio escrito y publicado en forma periódica, ya sea en formato impreso o electrónico, no está sometido a autorización alguna, sólo se exige al responsable del medio, informar de su existencia a la intendencia o gobernación que corresponda según domicilio del medio, a través del Formulario Registro de Medios. A su vez, la intendencia o gobernación respectiva, enviará tanto el formulario como las fotocopias de los documentos requeridos, a la Biblioteca Nacional, institución que debe llevar un registro de

los medios escritos existentes en el país. Cualquier cambio en alguna de las menciones del formulario, se deberá actualizar siguiendo el mismo conducto.”

Para poder observar las rutinas productivas se eligieron **cinco medios** de las comunas de La Serena y Coquimbo, debido a que los demás medios inscritos en ambas instituciones han dejado de funcionar o sus publicaciones no han sido actualizadas en más de un año. Por esta razón, “El Observatodo”, “La Nota”, “La Comuna”, “La Voz del Norte” y “Coquimbo en línea”, son los medios a analizar, debido a la periodicidad de la información del medio y a la acogida que tiene por parte de los internautas en la región, teniendo en consideración que dichos medios tienen entre cien mil y doscientas mil visitas en promedio al mes.

Por su parte, el medio digital “El Observatodo” es el más antiguo de la región, iniciando en el año 2005 siendo pioneros en esta área en la Región. Asimismo, “Lanota.cl” a pesar que es un medio “nuevo”, su dueño y editor, era parte fundamental de un medio digital que dejó de existir (El Vocero) para abrir paso a esta nueva y forma de entregar información. “La Comuna” y “La Voz del Norte”, son medios que cuentan con pocos recursos pero que de igual forma han sabido mantener sus medios “entregando información relevante y de calidad” (Editor, Cristian Riffo), y por último el medio digital “Coquimbo en línea” a pesar que la ubicación de la oficina en los registros arrojó que se encontraba en Copiapó, el medio se aboca sólo a información de la Región de Coquimbo.

Para poder describir el funcionamiento de estos **cinco medios** digitales de La Serena y Coquimbo, se requiere conocer su forma de trabajo, agenda setting, las colaboraciones con las que cuentan y su staff de trabajadores, con la finalidad de comparar y diferenciar sus rutinas de trabajo.

4. MUESTRA

Esta investigación, la cual tuvo como fuentes principales el trabajo que se realiza en los diarios online “El Observatodo.cl”, “La Nota.cl”, “La Comuna.cl”, “La voz del Norte.cl” y “Coquimbo en Línea.cl”, tuvo un enfoque metodológico de tipo cualitativo, ya que la muestra es una “unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el (la) cual se recolectan los datos sin que necesariamente sea representativo (a) del universo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 302).

Teniendo en cuenta lo que estos autores plantean, esta investigación definió y describió las distintas metodologías de trabajo que se realizan en los medios mencionados, con la finalidad de conocer las distintas rutinas que se realizan a la hora de abordar la información.

De igual forma, relacionó las diferentes categorías entre sí: frecuencia de publicación con temas, secciones y temáticas que abordaron. Además, de la forma en que se desarrollan utilizando las ventajas que entrega internet.

Para esta investigación se utilizará la muestra **no probabilística**, ya que como es definido por los autores “resultan de gran valor, pues logran obtener los casos que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.” (Hernández et al., 2003, p. 302).

En este tipo de muestras, también llamadas por Martínez Miguélez en su libro “Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa”, muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.); son seleccionadas con mecanismos informales y no

aseguran la total representación de la población. Esto implica que no es posible calcular con precisión el error estándar de estimación, es decir, no se puede determinar el nivel de confianza con que se hace la estimación. Lo anterior se explica porque no todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, por lo que es esperable la no representatividad de todos los miembros de la población.

Las muestras no probabilísticas, pese a ser consideradas poco rigurosas y carentes de base teórica, son bastante frecuentes, incluso hay situaciones en que es más conveniente usar un muestreo no probabilístico, por ejemplo, cuando se hacen estudios de casos, de poblaciones heterogéneas, o en estudios que son dirigidos a poblaciones y grupos muy específicos donde lo que interesa es una cuidadosa y controlada selección de sujetos con determinadas características.

En este sentido, como señala también Hernández y otros autores, el enfoque cualitativo “se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y observaciones (...) recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, entre otros” (Hernández, et al. p.5-12), por ende, en esta investigación se realizaron entrevistas semi-estructuradas con la finalidad de conocer los distintos métodos de trabajos y sus contenidos en profundidad sin hacer uso de datos numéricos.

5. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Debido a que este trabajo tendrá un enfoque cualitativo, el método para obtener la información, de acuerdo a los autores del libro “Metodología de la Investigación”, son la observación y las entrevistas semi-estructuradas, porque permiten conocer la forma de trabajo de los medios investigados.

Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí:

- a) Seleccionar un instrumento de medición de los disponibles en el estudio del comportamiento o desarrollar uno (el instrumento de recolección de los datos). Este instrumento debe ser válido y confiable, de lo contrario no podemos basarnos en sus resultados.
- b) Aplicar ese instrumento de medición. Es decir, obtener las observaciones y mediciones de las variables que son de interés para nuestro estudio (medir variables).
- c) Preparar las mediciones obtenidas para que puedan analizarse correctamente (a esta actividad se le denomina codificación de los datos).

Las entrevistas semi-estructuradas o diálogo coloquial, según Martínez Albertos, ofrecen la posibilidad de re-formular preguntas y también de profundizar en el tema al tener la capacidad – a diferencia de otro tipo de entrevistas- de obtener respuestas abiertas y cerradas. Además, se utiliza la observación, la entonación del entrevistado e incluso su gestualidad para así contextualizar y dar énfasis a algunas respuestas.

5.1 Reseñas de los medios digitales:

a. “El Observadoto” (<http://www.elobservadoto.cl>)



El medio online EIObservadoto.cl inicia en el año 2005, siendo el primer diario digital de la Región de Coquimbo; es propiedad de Inversiones y Publicaciones Comunidades Ciudadanas S.A y miembro de la red de diarios ciudadanos “Mi Voz”. Su Gerente General y Representante Legal es Jorge Domínguez L., su Director es Gerardo Espíndola R., su editor es Carlos Ruiz y su Periodista es Andrés Miranda.

“La red de diarios ciudadanos Mi Voz es un extensa cadena de 18 medios regionales en la web 2.0 en 14 Regiones de Chile. Son diarios digitales, focalizados en regiones y comunas. Medios regidos bajo la ley de prensa, cuentan con un equipo de periodistas que revisan los contenidos postulados por los corresponsales ciudadanos, quienes representan parte importante de la diversidad local.”

“El Observadoto” se enmarca dentro de la participación ciudadana en la creación de la información. Es un medio que ofrece la posibilidad a las personas de ser creadoras de las noticias de una determinada comunidad, esto quiere decir, que sus reporteros son personas comunes y corrientes con una mirada participativa de la noticia y no tan sólo son espectadores objetivos que narran desde fuera los hechos, sino más bien tienen un rol activo como testigos de éstos.

Sus publicaciones aglutinan noticias que no necesariamente corresponden al día de publicación, *“privilegiando la conversación que de ésta puede emanar”*, además cambia un porcentaje de sus noticias de manera diaria y en ocasiones más de una vez al día y deja otras para que puedan seguir siendo visitadas.

A pesar de que se enfoca en noticias regionales, al ser parte de una red que incluye medios a lo largo de todo Chile, publican hechos de todo el país a través del reporte mismo y de comunicados que son entregados por Instituciones. Por otra parte, el medio crea noticias propias de medios asociados como CNN Chile y radios de Chile, subiendo comunicados mediante los diferentes corresponsales que entregan información y posteriormente sean publicadas. Su sistema de trabajo es a través de una planilla que llaman “documento docs” y que es la misma para todos los medios desde Arica a Magallanes de la Red “Mi Voz”.

Su editor Carlos Ruiz y su periodista Andrés Miranda, son los responsables del funcionamiento del medio y de que la periodicidad de sus publicaciones sea constante, además de hacerlo atractivo y responsable.

b. “La Comuna” (<http://www.lacomuna.cl>)

Diario
LA COMUNA

“La Comuna” nace el 7 de marzo del 2008, su dueño y editor es Sergio Yáñez, publicista, quien se aventuró en el periodismo con la finalidad de crear su propio medio digital que informe a la comunidad de la Región de Coquimbo.

“Tiene como norte convertirse en un diario web que pueda entregar una diversidad de noticias del ámbito comunal, regional y nacional. Tenemos presencia en las áreas de la política, social, deportiva, policial y queremos marcar mucho hincapié en el ámbito del servicio público a la comunidad.”

A pesar que el ideal para la creación de un medio es poseer un equipo que respalde todo el trabajo de pre y posproducción, Sergio Yáñez señala que sí se puede mantener un medio con una sola persona, como es su caso. Es por esta misma razón que el medio sólo cuenta con notas escritas, no posee ni audio, ni videos multimedia, pues al tener el mismo tratamiento periodístico que al escribir una nota escrita, demanda mucho tiempo, con el que su dueño no cuenta. Este medio cuenta con 108 mil visitas mensuales y cerca de 3.400 visitas diarias lo que indica que es un medio con buena recepción de la gente.

Su perfil de lectores lo integran *“personas con edades que fluctúan entre los 20 y 45 años de un Grupo Socio Económico ABC1, posicionándonos principalmente en adultos jóvenes, ejecutivos que tienen acceso a internet. A diferencia a otras páginas web, nuestra iniciativa es posicionarnos como un diario electrónico regional con pretensiones de ampliar su ámbito de noticia a nivel nacional”*.

Su sistema de trabajo consiste en el reporte en terreno, además de los comunicados que son enviados por diferentes instituciones regionales y nacionales, inclusive desde Isla de Pascua.

Por otra parte, la colaboración de diferentes empresas tales como: “*Universidad Tecnológica INACAP, ACHS: Asoc. Chilena de Seguridad, Minera Los Pelambres, Supermercado UNIMARC, Municipalidad de La Serena, Empresa Sanitarias Aguas del Valle, Restaurante Rapsodia, Gobierno Regional, SERNAM: Servicio Nacional de la Mujer*” han confiado en el medio y es gracias a éstos que aún se mantiene vigente.

c. “Coquimbo en Línea” (<http://www.coquimboenlinea.cl>)



Coquimboenlínea.cl es uno de los pioneros en la rama mayor de la Red de Diarios Ciudadanos “MI PAÍS”, nació junto a www.atacamaenlinea.cl y a www.losriosenlinea.cl el 10 de Diciembre de 2010 y está a cargo de Víctor Chamorro. Coquimbo en línea se crea por el simple hecho de querer hacer público un problema que sucedía en las playas de La Serena y “es que los medios dicen ser regionales y ciudadanos, debían serlo no parecerlo” y así nació esta idea que intenta que la gente participe y comente objetivamente lo que ve y siente sobre su región, además de tener la posibilidad de informarse seriamente y no cayendo en la prensa roja ni la farándula.

Actualmente el medio cuenta con cuatro personas estables y siete part time, teniendo publicaciones diariamente, cerrando sus ediciones a las 20:00 hrs. Reciben notas de las Instituciones y/u Organizaciones, personas que desean que sus noticias sean conocidas por la Comunidad, además de lo que ellos consideran importante dar a conocer y lo que cubren con el reporte.

Todo medio cuenta con una plantilla, la cual es utilizada para que las noticias sean publicadas en la web, la de este medio *“fue creada por nuestro Webmaster especialmente para nuestra Red de Diarios Ciudadanos “MI PAÍS”, dentro de la cual está www.coquimboenlinea.cl”*. Cabe considerar que la web ya bordea las 300.000 visitas, lo que también indica que es un referente en la Región.

d. **“La Nota” (<http://www.lanota.cl>)**

The logo for lanota.cl features the text 'lanota.cl' in a bold, red, sans-serif font. The letter 'a' is stylized with a white and grey gradient, giving it a 3D effect. The '.cl' is in a smaller font size and is also red.

La Nota.cl es un medio de comunicación autónomo de la Región de Coquimbo, que se generó desde la iniciativa de ser un medio web, pluralista y directo. Su director de prensa, periodista titulado de la Universidad de La Serena y gráfico es Manuel Bonifaz.

Este diario online, formado en el año 2012, busca revolucionar la forma de hacer periodismo en la región, pues dentro de las ventajas que tiene reúne las distintas aristas de la información:

-Audio: Cuenta con una sección especial para que el usuario logre escuchar las distintas declaraciones de los entrevistados.

-Video: Denominado “La Nota TV” que muestra hechos impactantes o que adquieren una relevancia significativa. Éstos son grabados para que los lectores y visitantes del portal informativo logren apreciar la noticia.

-Fotografía: Al ser un medio de comunicación similar a un periódico, también debe mostrar al lector la imagen más importante de los acontecimientos que han ocurrido.

-Texto: Cumple con la finalidad de todo medio de comunicación: redactar las noticias para que los lectores puedan enterarse de los detalles más importantes de cada una de ellas.

“**La Nota.cl**” se clasifica como el único medio de la Región de Coquimbo que cuenta con la posibilidad de mezclar todos estos tópicos en un solo portal web, buscando la forma más eficiente y eficaz para informar a los usuarios, a pesar de que la periodicidad de sus publicaciones no son diarias, debido a que lo mantiene una sola persona.

Cuenta con una plataforma creada por los mismos miembros de este medio. Además, divide las secciones en: Noticias, Corporativos, Publinotas, Audio, TV, Fotos, Encuestas, Cultura, Opiniones, Cartas, Belleza, Rumores, Resumen, Contacto.

Particularmente, la sección de “encuesta” entrega la opción de que los usuarios logren dar su opinión con respecto a un tema en específico, lo que hace más cercano al medio.

Por otro lado, también mantiene una cuenta en Twitter, así el contacto es más directo e instantáneo a la hora de subir nuevas notas a la página web. Cuenta

con 1.469 seguidores. Facebook no ha sido explotado, debido a que no cuenta con la cantidad de profesionales que deberían tener el medio de comunicación para poder cubrir todos los flancos de la informática y las redes sociales.

e. **“La Voz del Norte”** (<http://www.lavozdelnorte.cl>)



“La Voz del Norte” comienza en base a una motivación propia del periodista Cristián Riffo, quien trabajando -alrededor del año 1997- en “La Tercera”, creó una página web relacionada con los ovnis la cual se actualizaba periódicamente. Debido a los escasos auspicios y el reducido tiempo de su dueño, el medio no pudo continuar, pero el interés y la motivación hicieron que al momento de trasladarse a la Región de Coquimbo comenzara con el proyecto que siempre anheló, demorándose dos meses aproximadamente en definir la estructura del medio y hacia qué público sería enfocado. El medio cuenta con dos periodistas, un grupo de webmasters – quienes residen en Valparaíso- y una persona encargada del área comercial. Según Riffo, el medio puede ser dirigido a distancia y los avances tecnológicos son el trampolín para que sus notas sean subidas desde cualquier lugar. Cuenta con un promedio de dos mil visitas diarias, las que varían dependiendo de las noticias que son publicadas; Riffo señala que al momento de subir notas sobre misterio, el contador de visitas aumenta en forma considerable. Principalmente se enfoca en noticias locales y lo novedoso de su sitio es que cuenta con una parte enfocada a los misterios, en donde se suben notas curiosas, avistamientos de

ovnis, astronomía, entre otras, además, cuenta con galería fotográfica pero no con audio ni notas multimedia, debido a que el tratamiento que se le tiene que hacer a esas áreas dedica tiempo, que su editor no tiene. “La Voz del Norte” está coordinando una asociación con “La Voz del Sur”, para que éstas trabajen conjuntamente, lo que beneficiaría a ambos medios, ya que de esta forma los recursos de ambos se verían favorecidos y cubrirían el norte y sur del país.

Quinta Parte:

Análisis de contenido



QUINTA PARTE: ANÁLISIS DEL CONTENIDO

1. ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DIGITALES

Periodicidad de las publicaciones

El Observatodo.cl

El medio “ElObservatodo.cl” publica notas periódicamente, todos los días, inclusive más de una vez diaria, todo depende de la cantidad de notas que se hacen en un día y de la importancia que éstas tengan.

La Comuna.cl

Al ser solo una persona la que trabaja en el medio, la periodicidad es baja. Sergio Yáñez (dueño, editor y creador de las notas) no permite que su medio esté más de cinco días sin noticias. Sin embargo, en el último tiempo ha aumentado su periodicidad y la actualización del medio.

La Voz del Norte.cl

Tiene publicaciones diarias y no pasan más de tres días sin alguna publicación. Lo que lo diferencia del resto, es que no necesariamente las publicaciones son noticias de actualidad, sino que datos curiosos, misterio, astronomía y sobretodo ovnis.

La Nota.cl

El medio “LaNota.cl” tiene problemas en su periodicidad, no publica noticias todos los días. En ocasiones, pasa hasta una semana sin subir una noticia a su portal.

En este sentido, dentro de las noticias que son publicadas son de contenidos propios y además colaboraciones de instituciones. Sin embargo, esta falta de continuidad entre las noticias, se debe a que la mayor parte del trabajo periodístico lo realiza una sola persona, en este caso el periodista Manuel Bonifaz.

Coquimbo en Línea.cl

El medio “Coquimbo en Línea” tiene problemas en su periodicidad, puesto a que no publica noticias todos los días. En ocasiones, pasa hasta dos o incluso tres días sin subir a su portal alguna nota.

En este sentido, dentro de las noticias que son publicadas, la mayoría se basa en comunicados de prensa enviados por autoridades o empresas.

Equipo de Trabajo:

El Observatodo.cl

El medio al ser parte de una red a nivel nacional (“Red Mi Voz”), cuenta con los sustentos para tener un editor, Carlos Ruiz, -que en este caso no es el dueño- y un periodista, Andrés Miranda, quien también hace el trabajo de fotógrafo al momento de reportear los hechos.

La Comuna.cl

Sergio Yáñez es dueño, editor, fotógrafo y quien reporta y crea las notas. No es periodista de profesión, sino que Publicista, pero las ansias de comunicar lo llevaron a tomar este camino.

La Voz del Norte.cl

Este medio local, cuenta con dos periodistas –incluyendo a su editor Cristian Riffo, quien es el editor y dueño también-, además trabaja un diseñador, quien modificó la plantilla Wordpress para que esté acorde a los medios latinoamericanos y no norteamericanos; cuenta también con un programador y una persona encargada del área de publicitaria y comercial.

La Nota.cl

El equipo de trabajo “LaNota.cl” consta de un periodista y editor quien, además es el dueño del medio de comunicación digital, Manuel Bonifaz. También compone el staff un diseñador web quien se dedica a modernizar la página y entregarle una identidad propia, un ingeniero informático, quien modificó la plataforma web para que tenga las aplicaciones necesarias.

Sin embargo, el dueño del medio es quien realiza la mayor parte del trabajo, en cuanto a la edición de videos y fotografías, audios y la redacción de notas.

Coquimbo en Línea.cl

El equipo de trabajo de “Coquimbo en Línea” es sólo de una persona, quien se preocupa de la fotografía, la edición de la misma, redacción de notas y vender espacios publicitarios.

Esto ya es un aspecto común en aquellos profesionales que deciden realizar un medio digital, porque permite que una sola persona sea lo suficientemente

capaz de adaptar todos los tópicos de la página web para entregar la mayor cantidad de información optimizando sus recursos.

Designación de Roles:

El Observatodo.cl

Su periodista Andrés Miranda es quien fotografía, reporta y hace las notas. Cabe destacar que su editor Carlos Ruiz, también participa de este proceso pero no en un 100%.

La Comuna.cl

Al ser el único trabajador del medio, Sergio Yáñez hace todo el trabajo: edita, fotografía y publica las notas; es por esto mismo y por la falta de personal que el medio no cuenta con más plataformas interactivas como audio y multimedia.

La Voz del Norte.cl

Cristian Riffo, dueño, editor, reportero y fotógrafo de “Lavozdelnorte.cl” y periodista de Diario el Día reporta, crea y edita las notas, a su vez cuenta con los recursos del medio alterno para poder llegar a lugares y a hechos que con los sustentos de su medio no podría llegar, enviándole datos a la otra periodista para que cree la nota.

La Nota.cl

El dueño del medio y a la vez periodista es quien se dedica a renovar, ocasionalmente, las noticias que reporta. Mientras que el diseñador web, es quien decide cuál es la mejor forma de sacar provecho a las publicidades, ubicación de notas y diseño de los logos publicitarios. El Ingeniero en informática, es quien entrega nuevas herramientas a esta plataforma web según los requerimientos del dueño del sitio.

Dentro del medio La Nota.cl, el dueño del medio y a la vez periodista es quien cubre cada aspecto informativo y económico de éste. Por lo tanto, la fotografía, la redacción, la edición de fotos y texto, el ordenamiento de la información en la página web, la venta de espacio publicitario dentro de la misma. Todo aquello depende de la misma persona.

Los otros miembros del medio online se preocupan de sus distintas áreas. En cuanto al diseño del medio, el mejoramiento y optimización de la plataforma web.

Coquimbo en Línea.cl

Tal como en el punto anterior mencionamos, en este medio de comunicación sólo trabajo una persona – que en definitiva es el dueño del diario online- quien se encarga de realizar todos los aspectos noticiosos de la misma. Desde la redacción, hasta la edición. Incluso la fotografía y el diseño.

Dentro del medio Coquimbo en Línea, el dueño del medio online es quien cubre cada aspecto de éste. Por lo tanto, la fotografía, la redacción, la edición de fotos y texto, el ordenamiento de la información en la página web, la venta de espacio publicitario dentro de la misma. Todo aquello depende de la misma persona.

Agenda Setting:

El Observatodo.cl

El medio digital El Observatodo es el más completo y con más recursos de la región, por lo mismo cubren hechos de toda la región y de todo el país. A pesar que cada medio de la Red Mi Voz publica notas de su región, si la noticia es de gran relevancia social es publicada en los otros medios, en este caso, ElObservatodo. Cuenta con área Local, Nacional, Internacional, Cultura, Deporte, Política, Tecnología, Economía y Sociedad que son las temáticas que maneja el medio y en las cuales enfoca su agenda setting.

La Comuna.cl

Cuenta solamente con notas escritas, ya que audio y multimedia demanda más tiempo y tratamiento periodístico. Este medio web cuenta con notas del área local e incluye en menor medida y menos periódica temas Nacionales, Negocio, Sociedad, Tecnología y novedosamente para este rubro, que son los que se encuentran en su agenda setting.

La Voz del Norte.cl

Cubren noticias de toda la región, pero a su vez cuenta con área de Deporte (de todo Chile), Nacionales, Mundo, Ciencia y Misterio, ya que su dueño, editor y periodista es conocedor del tema ovnis, el cual potencia mucho en el medio y uno de los temas más importantes de la agenda setting.

La Nota.cl

Al ser un medio de la Región de Coquimbo procura cubrir información que abarque temas importantes de la misma. Sin embargo, mayoritariamente, las noticias son de La Serena, debido a la ubicación geográfica en las que se encuentra el medio de comunicación. Teniendo pocas publicaciones de

Coquimbo y aún menos de las otras comunas. Pero en su agenda setting se aboca principalmente a los acontecimientos locales, como la política, deporte, economía, cultura y todo lo que ello involucre, además de los comunicados de Instituciones de la zona.

Coquimbo en Línea.cl

Al ser un medio de la Región de Coquimbo procura cubrir información que atañe sólo los aspectos relevantes de la misma. Su agenda va desde política, deporte, cultura e inclusive algunas notas con relación a la economía de la zona. Sin embargo, aún no está especificado cuál es su tendencia debido a que se construye desde la base de los comunicados de autoridades y empresas. Por lo tanto, el rol de informar no es el mismo que en otros medios de comunicación.

Colaboraciones:

Todos los medios cuentan con colaboraciones de empresas e instituciones gubernamentales dependiendo de los hechos que quieran ser cubiertos por éstos. En el caso particular de “La Nota”, “El Observador” y “La Voz del Norte”, la mayor parte de la información que se publica en el portal web es en base a contenidos propios: noticias cubiertas por el mismo periodista.

En el caso de “Coquimbo en Línea” y “La Comuna” la mayor parte de la información que se publica es en base a colaboraciones, ya sea en el área local o nacional, debido a la falta de recursos para poder reportear por sus propios medios.

Rutinas Productivas:

Todos los medios se basan principalmente en notas de las comunas de La Serena y Coquimbo, debido a los bajos recursos y al precario sustento económico con el que cuentan, por lo que es difícil llegar a otras comunas para cubrir hechos. El único medio que cuenta con un sustento monetario sólido y que le permite llegar a diferentes lugares para cubrir noticias es el medio “**El Observatodo**”, por su trayectoria y ser parte de la red de diarios digitales “Mi Voz”.

Por otra parte, las colaboraciones de las diferentes entidades gubernamentales y empresas privadas permiten que exista contingencia noticiosa y que no haya un vacío de ésta. Además, la colaboración entre colegas es importante para los medios como “**La Comuna**” o “**La Voz del Norte**”, ya que se apoyan mutuamente.

Sin embargo, las rutinas productivas de los cinco medios son el reporte, comunicados entregados por alguna entidad e información que se envía a través de un correo, Twitter o Facebook (para luego convertirlo en noticia).

Recursos:

El Observatodo.cl

Este medio cuenta con recursos a nivel nacional, por ende, sus auspiciadores son de todo Chile y no necesariamente de la región. Éstos son: Minera Codelco, Aerolíneas SKY, supermercado Unimark, Collahuasi, Virgin Mobile, Universidad Católica del Norte, Municipalidad de Coquimbo.

La Comuna.cl

Este medio cuenta con colaboraciones de INACAP, Gobierno Regional - CORE, Municipalidad de Coquimbo, Municipalidad de La Serena, Campaña Política y Centro Terapéutico Cuerpo y Alma.

La Voz del Norte.cl

Los recursos con los que cuenta este medio son la Minera Los Pelambres, Gobierno Regional y avisos de empresas que aparecen en la página, a cambio de una remuneración.

La Nota.cl

Este medio se financia de forma autónoma, sin embargo en su sitio web aparecen algunos avisajes que derivarían a un ingreso monetario.

Coquimbo en Línea.cl

Este medio se sustenta de forma propia, además de avisajes que hacen mención al Ministerio de Salud como a las elecciones presidenciales del 17 de noviembre, 2013.

2. CUADRO COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA MEDIO

CARACTERÍSTICAS/MEDIOS	El Observatodo	La Comuna	Coquimbo en Línea	La Nota.CI	La Voz del Norte.CI
Año de Creación	2005	2008	2010	2012	2010
Objetivo	Es un medio que ofrece la posibilidad a las personas de ser creadores de las noticias de una determinada comunidad, esto quiere decir, que sus reporteros son personas comunes y corrientes con una mirada participativa de la noticia y no tan solo son espectadores objetivos que narran desde fuera los hechos, sino más bien tienen un rol activo como testigos de éstos.	Tiene como norte convertirse en un diario web que pueda entregar una diversidad de noticias del ámbito comunal, regional y nacional. Tienen presencia en las áreas de la política, social, deportiva, policial y quieren marcar hincapié en el ámbito del servicio público a la comunidad.	Lograr que la comunidad participe y opine de manera objetiva sobre su región, y conozcan a la vez lo que sucede realmente en ésta y algo muy particular que vean un medio dedicado a temas de interés y no abocado a la farándula ni menos prensa roja.	Ser un medio web, pluralista y directo.	Expandirse y asociarse al medio digital “La Voz del Sur”, para que ambos medios posean más recursos y abarquen todo el norte y sur del país.

CARACTERÍSTICAS/MEDIOS	El Observatodo	La Comuna	Coquimbo en Línea	La Nota.CI	La Voz del Norte.CI
Si pertenece a alguna red de diarios de la misma naturaleza, o es una iniciativa privada, de un grupo, o de una sola persona	La red de diarios ciudadanos "Mi Voz"	Corresponde a una iniciativa privada individual	Pertenece a la Red de Diarios Ciudadanos "MI PAÍS"	Es de una persona	Es de una persona con miras de una asociación con un medio digital del sur del país.
¿Quién respalda a ese medio?	Inversiones y Publicaciones Comunitarias Ciudadanas S.A	Sergio Yáñez, propietario	Víctor Chamorro, propietario	Manuel Bonifaz, propietario	Cristian Riffo, propietario
¿Qué oficio tienen? (Hay varios que no son periodistas)	Periodistas	Publicista	¿?	Periodista	Periodistas
¿Tienen editor?	Sí, Carlos Ruiz	El mismo dueño	El mismo dueño	El mismo dueño	El mismo dueño

CARACTERÍSTICAS/MEDIOS	El Observatodo	La Comuna	Coquimbo en Línea	La Nota.CI	La Voz del Norte.CI
¿Qué tipo de publicaciones privilegia?	Es un medio que ofrece la posibilidad a las personas de ser creadores de las noticias de una determinada comunidad, esto quiere decir, que sus reporteros son personas comunes y corrientes con una mirada participativa de la noticia y no tan solo son espectadores objetivos que narran desde fuera los hechos.	Reporteo en terreno, además de los comunicados que son enviados por diferentes instituciones regionales.	Regionales, provinciales y comunales.	Corporativas, culturales y misceláneas.	Regionales, ciencia, cultura y misterio.
Periodicidad: ¿Se actualiza todos los días u ocasionalmente?	Se actualiza diariamente e inclusive más de una vez al día.	Se actualiza diariamente	Diariamente se actualiza	No son diarias	Diariamente se actualiza

CARACTERÍSTICAS/MEDIOS	El Observatodo	La Comuna	Coquimbo en Línea	La Nota.CI	La Voz del Norte.CI
Plantilla que utiliza para difusión, si es que lo hace	Plataforma creada especialmente para la red de diarios online "Red mi Voz"	Comprada	Plantilla creada por su Webmaster especialmente para la Red de Diarios Ciudadanos "MI PAÍS".	Comprada.	Comprada a Wordpress y adaptada al medio.
Medios que utiliza para difundir la información publicada: videos multimedia, fotografía, audios, o se limita solo a notas escritas.	Notas escritas y fotografías	Notas escritas y fotografías	Notas escritas y fotografías	Audio, video, fotografía y notas	Fotografía y notas
¿Tiene Twiter, Facebook? O sea, ¿se apoya en las redes sociales?	Twitter y Facebook	Facebook	Facebook y Twitter	Twitter	Twiter y Facebook

CARACTERÍSTICAS/MEDIOS	El Observatodo	La Comuna	Coquimbo en Línea	La Nota.CI	La Voz del Norte.CI
Público objetivo	Región de Coquimbo	Personas con edades que fluctúan entre los 20 y 45 años de un Grupo Socio Económico ABC1, posicionándonos principalmente en adultos jóvenes, ejecutivos que tienen acceso a internet.	Región de Coquimbo.	Todo el país	La región con vías a expandirse a todo Chile.
Número de visita a sus portales	208.000 visitas al mes	108.000 visitas al mes	300.000 al mes	No lo han cuantificado	2.000 diarias

3. CODIFICACIÓN DE DATOS

El análisis comparativo que se ha hecho, mediante la información recogida en las entrevistas que se han realizado a quienes dirigen estos cinco medios de comunicación digital y que operan en las comunas de La Serena y Coquimbo, da cuenta de lo siguiente:

1. Los medios digitales, tienen un escaso desarrollo en la región y si bien existen muchos, aún poseen muy poca o nula gravitación en formar opinión, informar y llevar a la toma de decisiones, entre otros, que son unos de los objetivos básicos de un medio de esta naturaleza.
2. Sin duda, de los cinco medios, el que mejor posicionado está es “**El Observatodo**”, siendo éste uno de los pioneros en la región. Nació el 2005 al amparo de la red de diarios ciudadanos “Mi Voz”, que tienen diarios de similares características a lo largo del país, encontrándose su director en Santiago. El hecho de pertenecer a un grupo ya consolidado, le ha traído grandes ventajas, ya que disponen de una plataforma probada y es por ello que requieren de pocas personas; funciona con dos periodistas, debido a que la plantilla está hecha y eso facilita la labor de las dos personas a cargo.

Es más, poseen todas las herramientas comunicacionales, como fotografías, videos multimedia, audio, encuestas y uso de redes sociales como Twitter y Facebook. El contar con estas redes sociales les da fácil acceso a la información, la que en forma casi instantánea y desde un celular puede ser subida a la página.

Pese a ello, “**El Observatodo**”, si bien está bastante consolidado en la zona y actualiza todos los días la información, se basa en gran medida en los

comunicados de prensa enviados desde las diversas empresas, entidades gubernamentales y organismos o personas políticas.

No obstante, no deja de profundizar en la noticia ni en la información. También, debido a como lo manifiesta su editor Carlos Ruiz, el hecho de que muchas informaciones provengan de lo que ellos llaman “reporteros o corresponsales ciudadanos”, o sea, personas comunes y corrientes, que carecen de la experticia del tratamiento de la información, lo que si bien puede aportar una visión muy personal respecto a un problema comunitario, por el hecho de no contar con los conocimientos de un periodista para divulgarlo, no siempre logra su objetivo de informar, por problemas de forma y fondo en la redacción. Cabe destacar también, si bien la colaboración de los ciudadanos al informar hechos que ocurren en la región son de relevancia y ayuda, el periodista a cargo se encarga de definir o determinar que la noticia sea lo más relevante posible para ser colocada en el medio.

Sin embargo, por su trayectoria, consolidación y al ser parte de una red a nivel nacional, se reitera que es el único medio digital regional posicionado y es por ello que cuenta con publicidad de grandes empresas como Minera Codelco, aerolíneas Sky, supermercado Unimarak, Universidad Católica del Norte, Municipalidad de Coquimbo, entre otras, lo que le permite financiarse. Pese a ello, tanto el editor, Carlos Ruiz, como el periodista Andrés Miranda, reciben un salario muy reducido y el resto del periódico es realizado sólo por colaboradores, o sea, el grueso de este medio está hecho por personas que no son periodistas.

“**El Observatodo**”, tiene aproximadamente 208 mil visitas mensuales, convirtiéndolo en un medio legitimado dentro de sus similares que existen en la región.

3. Tanto el medio “**La Comuna**” como “**La Nota**”, son relativamente nuevos. El primero data de 2008 y el segundo de 2012. Ambos nacen a partir de otros medios, a cargo de los mismos directores que no lograron surgir ni posicionarse bien.

En el caso de “**La Comuna**”, su director y única persona a cargo, Sergio Yáñez, es publicista. Este medio, que dice estar dirigido a un público joven, hasta los 45 años promedio, pensando que tienen internet, basa principalmente su información en comunicados de prensa, agregando en algunas ocasiones notas que la única persona que está a cargo ha podido reportear.

El hecho que una sola persona lo dirija y haga el tratamiento periodístico necesario hace que no cuente con el apoyo ni de audio ni videos, sólo fotografías. Y dentro de las redes sociales sólo cuenta con Facebook.

Este medio tiene todas las carencias de un periódico digital que obedece a la iniciativa de una sola persona y es manejada únicamente por ella. Una persona no puede recabar información, estar en todos los frentes informativos para entregar noticias actualizadas, desarrollar los diferentes géneros informativos, debiendo limitarse en gran medida a las notas informativas provenientes de entidades gubernamentales, empresas, frentes políticos, o sea, las informaciones que emanan de las propias entidades

interesadas y que por lo tanto, tienen casi nula confiabilidad. Sólo es campo de Relaciones Públicas.

Se actualiza diariamente, según afirma su director y dueño, pero en base a las restricciones mencionadas. Pese a ello, señala tener 108.000 mil visitas diarias.

4. Por su parte “**La Nota**”, es muy similar en sus características a “**La Comuna**”, ya que nace de una iniciativa privada del periodista Manuel Bonifaz, quien antes había estado a cargo del desaparecido medio digital “El Vocero”. Este periódico sólo está a cargo de su dueño y por lo tanto, también basa preferentemente su información en comunicados de prensa y no se actualiza en forma diaria. A la vez, cuenta con diversas herramientas comunicacionales de apoyo, como fotografía, video y redes sociales como Twitter.

Nació en 2012, por lo tanto, es bastante nuevo dentro de estos medios, sin embargo tiene su propia plataforma donde al menos una de tres noticias se encuentra cubierta a través del uso de video, audio, imágenes y texto escrito, pero el problema radica que sólo su dueño es el reportero, por la misma razón las noticias no tienen una periodicidad de día a día.

A veces cuenta con propaganda política básicamente y las visitas mensuales no se han medido, según afirma Bonifaz, por lo tanto, no se puede determinar el grado o nivel de penetración que ha tenido en la población.

5. Es en 2010, cuando aparecen en la región dos medios digitales, como son **“Coquimbo en Línea”** y **“La Voz del Norte”**. El primero, tiene características similares a “El Observador”, en el sentido que pertenece a la red de diarios ciudadanos “Mi País”, por lo tanto tiene una plantilla diseñada para estos medios por un webmaster, lo que facilita la entrega de la información.

Dice su director que este diario, ya que se actualiza todos los días, está a cargo de cuatro funcionarios y otras siete personas free lance.

También se basa para la difusión de su entrega informativa en comunicados de prensa y reportes ciudadanos, contando con medios de apoyo comunicacionales como fotografías, redes sociales: Facebook y Twitter. Afirman que poseen 300 mil visitas mensuales y tienen el patrocinio de entidades gubernamentales.

6. Por su parte, **“La Voz del Norte”**, cuenta con dos periodistas, un diseñador, programador y un encargado de área comercial y publicidades. Este medio utiliza un tipo de “webblog” llamado wordpress, de fácil manejo y simple en su diseño. Cuenta con una variada gama de herramientas comunicacionales de apoyo, como video, audio, fotografía, las redes sociales como Facebook y Twitter. Por otra parte, las publicaciones a pesar que son de hechos noticiosos de la actualidad, también cuenta con notas informativas de carácter novedoso, específicamente el tema ovnis y mucha astronomía, puesto a que su dueño y editor Cristian Riffo se especializa en el tema, contando con fotografías y datos curiosos en el portal web. Su actualización es diaria y según afirman tienen 2.000 visitas diarias.

Sexta Parte:

Conclusiones finales



SEXTA PARTE: CONCLUSIONES FINALES

1. Considerando la información recogida, los medios digitales en la región aún no son lo suficientemente abordados en la población y todavía falta para que sean formadores de opinión pública, a excepción de “**El Observatodo**”, por haberse consolidado tras ocho años de existencia y pertenecer a una red de diarios ciudadanos digitales “Mi Voz”, que se encuentran con la misma plataforma informativa a lo largo del país.

Es el único medio que se actualiza no sólo diariamente, sino puede ser varias veces al día, según vayan transcurriendo los hechos. Además, cuenta con todo el apoyo de las herramientas comunicacionales existentes, como los videos, audios, fotografías, hacen uso de las redes sociales Facebook, Twitter, etc.

Por otro lado desarrolla casi todos los géneros periodísticos, como entrevistas, notas informativas, crónicas, etc.

Este diario digital está hecho en base a colaboraciones de los llamados “reporteros ciudadanos”, que son personas que no tienen la preparación del manejo de la información, por lo tanto, ésta es deficiente. Además a los llamados corresponsales no se les paga. Todo el trabajo es *ad honorem*.

2. Todo indica, que más bien, al menos dos o tres de los medios estudiados, tenderán a desaparecer o a tener un futuro incierto, porque no pueden

sustentarse económicamente en iniciativas privadas, a cargo sólo de una persona y que a veces ni siquiera es periodista.

3. Al basarse la mayoría de estos medios en los comunicados de prensa, que emanan de las oficinas de Relaciones Públicas de entidades de diversa índole, se alejan de la **esencia** del periodismo, ya que no hay investigación ni profundización de los hechos, ni siquiera constatación de los mismos, limitándose a transcribir lo que las empresas, políticos o entidades gubernamentales quieren proyectar, lo que muchas veces, por no decir, la mayoría, dista mucho de la realidad. Entonces, el objetivo de informar no se cumple en absoluto, sino que se transforma en un mero intermediario entre los organismos o personas mencionadas y los lectores de estos medios, perdiendo de esta forma credibilidad, que es lo más importante en un medio de comunicación de cualquier naturaleza.

4. El medio de comunicación escrito dista de desaparecer. La mayoría de los existentes tienen décadas de funcionamiento y un prestigio, que hace que las personas lo compren a diario, porque confían en lo que se publica, hay una gran diversidad de información, se abarcan todos los frentes informativos, etc. y tal vez, por ello la mayoría de los entrevistados señalan que los diarios o periódicos se mantendrán vigentes. Sin embargo, surge la pregunta si sobrevivirán una vez que los actuales adolescentes y jóvenes pasen a ser adultos consumidores.

5. Por el momento es difícil que los medios escritos sean desplazados por los medios digitales, porque es más cómodo sentarse en la oficina, en su casa u otro lugar, a leer un diario tranquilamente, saltándose páginas si así lo desea, que estar frente a un computador leyendo una noticia. La costumbre

prima por sobretodo. Además no hay que olvidar que cuando apareció la televisión se pronosticó la muerte de la radio, lo que jamás ocurrió, ni ocurrirá, por la instantaneidad que tiene este medio, la misma característica que debieran tener los diarios digitales, pero los analizados en este trabajo demuestran que de ello poco tienen, por las razones señaladas. Es casi imposible que una sola persona esté a cargo de un periódico digital y entregue toda la información necesaria y además la actualice diariamente.

6. Los cinco medios investigados demuestran interés por pasar “al siguiente nivel”, ya sea creando una aplicación exclusiva para Ipad, Tablets o Smartphone y/o incluyendo radio o televisión en su portal web. Para eso es necesaria la colaboración monetaria, una inyección de recursos para innovar y es éste el impedimento que no permite que esto ocurra. “La Voz del Norte” quiere ampliar su “voz” y espera comprar el dominio de un medio del sur (“La Voz del Sur”) para poder ser una cadena de noticias, teniendo como finalidad que los auspiciadores aumenten y puedan conseguir todo el respaldo monetario necesario para instalar dicho proyecto.

Septima Parte:

Referencias bibliográficas



SEPTIMA PARTE: REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Araujo, C. (1980) *Rol del periodista*. Quito, Ecuador. Ediciones CIESPAL.

Armañanzas, E. Díaz Noci, J. y Meso, K (1996) *El Periodismo Electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.

Armentia, J.; Caminos, J; Elexgaray, J; Marín, F; Merchán, I (2000) *El diario digital: Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona, Editorial Bosch.

Cárdenas, J. (2006) *Periodismo comprometido*. Santiago, Chile: Ediciones Radio Universidad de Chile.

Castells, M. (2001) *La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Plaza & Janes Editores S.A.

España: Ediciones Granada.

Flores, J. Arruti, M. (2001) *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Editorial LIMUSA S.A.

Fontcuberta, M. (1993) *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Barcelona, España: Paidós, SAICF.

Gomis, L. (1991) *Teoría del Periodismo: Como se forma el presente*. Barcelona, España. Editorial Paidós.

Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2003) *Metodología de la Investigación*. Méjico: McGrawHill.

Hester, A.; WaiLan, J. (1990) *Manual para periodistas del 3° Mundo*. México: Trillas.

McCombs, M (2006) *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós.

McQuail, D. (1991) *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. España. Ediciones Paidós Iberia S.A.

Meso, K. (2006) *Introducción al ciberperiodismo: Breve acercamiento al estudio del periodismo en internet*. Bilbao, España: Universidad del país Vasco.

Orione, J. (2006) *Introducción al periodismo: el oficio de informar*. Periodismo en internet. Ediciones La Flor. Buenos Aires.

Rodríguez, R. (2004) *Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. España.

Sánchez, E. (1991). *Qué es: los medios de comunicación*. Prensa. Madrid.

Santibáñez, A. (1994) *Introducción al Periodismo*. Santiago, Chile: Los Andes.

Vera, H. (1998) *Desafíos democráticos del periodismo chileno*. Santiago, Universidad de Santiago.

Wright, C. (1993) *Comunicación de masas: una perspectiva sociológica*. México: Paidós.

Referencias de Internet:

Revista Anthropos Huellas del conocimiento, (2005) “Hacia una nueva comunicación alternativa. Una visión crítica de la sociedad actual” AnthroposEditorial, Narino, S.L

Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México, (2002): “Sociedad de la información y conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza”.

Salavarría, R. (2011) Cuadernos de Comunicación Evoca Vol.17 “El futuro del periodismo”.

Salaverría. R. “Medios y periodistas, ¿un futuro compartido?”

Stephanie Falla (2011) “Adictos a la Comunicación; Guía para Bloggers y Periodistas Independientes”. Guatemala.

Octava Parte:

Anexos



OCTAVA PARTE: ANEXOS

1. ENTREVISTAS SEMI ESTRUCTURADAS

ELOBSERVATODO.CL

-¿Año de inicio?

2005

-¿Cómo es su sistema de trabajo?

Nosotros tenemos un sistema de trabajo a través de una planilla que nosotros la llamamos documento docs y que es la misma para todos los medios desde Arica a Magallanes de la Red “Mi Voz”. Tenemos una nota de creación propia de notas que son medios asociados como CNN y radios de Chile, subimos comunicados, tenemos diferente corresponsables que nos entregan información y nosotros lo publicamos.

-¿Son muy exigentes los jefes de la Red “Mi Voz”?

Tenemos que cumplir nuestro trabajo. Crear las notas, difundirlas en las redes sociales y tenemos resultados, entonces no es que nos exijan algo, ya que cumplimos con las metas que nos piden. En este momento, ningún medio digital de la región es competencia, ya que tenemos mayor cantidad de visitas, más seguidores en Facebook, Twitter.

-¿Cree que son el mejor y más completo medio digital de la región?

No es que creamos, somos el mejor y más completo, somos menos amateur, todos los días a las 8 tenía noticias y la página se actualiza todos los días no

como otros medios que se actualizan cada 2 ó 3 semanas y con puros comunicados.

-¿Cuál es el personal de trabajo?

Contamos con dos personas: un periodista (Andrés Miranda) y un editor (Carlos Ruiz).

-¿Cómo son periódicamente las publicaciones?

Publicamos todos los días y hay veces que no sólo una vez.

-¿Trabajan mediante una plantilla comprada?

La plantilla está hecha especialmente para los medios de la red “Mi Voz”, es única.

-¿Cuántas visitas tienen mensualmente?

208 mil visitas con IP única absoluta, eso quiere decir que si, por ejemplo, INACAP tiene 40 computadores, eso nos cuenta como una visita solamente, no como en otros medios que cuenta cada vez que se visitó el sitio. Por lo mismo, “El Observatodo” tiene más de 200 mil visitas al mes, lo que es gratificante para nosotros.

-¿Costó mucho la llegada de la gente?

“El Observatodo” llegó primeramente como un medio ciudadano, de la gente con el diario, luego con el tiempo a través del lanzamiento de las redes sociales: Facebook, Twitter, Tumbler, como que ya no existe la necesidad de que las personas escriban notas de lo que quieren opinar, ya que lo pueden hacer en su propio medio social.

-¿De dónde proviene la iniciativa de crear este medio digital?

El OhmyNews es un diario electrónico en línea de Corea del Sur, fundado en el 2000 por el periodista Oh Yeon Ho, quien fue precursor de este tipo de periodismo, de gente que quería contar lo que sucedía en el día a día. Posteriormente este medio lo trajo un chileno y luego de los años Jorge Domínguez y Pablo Rojas comenzaron a implementar este modelo iniciando con el “Morrocotudo”, “El Nortero” y tercero “El Observatodo” y ahora implementado en todo Chile.

-¿Es un hecho de que los medios digitales están en auge pero, les falta mucho por ser explorados?

Obviamente, con internet se puede hacer mucho, falta exploración, pero por ejemplo, para los medios digitales se ha tratado de incursionar en otras áreas como lo hizo la tercera con un canal online y no resultó porque la gente aún no está preparada para ello; no tuvieron público y tuvieron que vender el modelo.

-¿Cree que algún día, en un futuro no muy lejano, los medios digitales reemplazarán al papel?

Es un hecho inminente que eso va a suceder. Por ejemplo, en Estados Unidos el diario impreso Newsweek, dejó esa versión para ser completamente online. Con el tema de los tablets de los ipad cada vez van a ser más los medios que empezarán a mutar a un medio digital, es inevitable, ya que tiene muchas más alternativas el internet, audio, video. Quizás los medios en papel puedan quedar como semanario o publicaciones periódicas.

-¿En qué consiste que “El Observatodo” sea un medio digital comunitario y pioneros al respecto, cómo colaboran las personas con las noticias?

Este es el primer medio que tiene este sistema en la región. Antiguamente se

usaba más que la gente hiciera sus notas y nosotros las editábamos, sin quitarle su esencia, pero ahora a las personas les está costando más hacerlo y prefieren contarnos el problema para que nosotros hagamos la nota o reportaje.

-¿Cree que si “El Observatodo” no fuese de la Red “Mi Voz”, seguiría vigente?

No, porque el negocio que tiene este medio y la red “Mi Voz” en cuanto a la parte económica es que a los auspiciadores los venden como una red a nivel nacional no como un medio particular, entonces esto te permite tener cartera de clientes más grande. Tener clientes de Sky, Lan o Claro, por ejemplo. A este último por ejemplo, no les interesa dar publicidad a algún medio local. Le interesa pagar para tener acceso a todo el país.

-Entonces, ¿qué motiva hacer un medio digital?

Es que la gente que lo hace acá (en la región), lo hace porque cree q es fácil, pero no hacen un estudio de mercado, un plan de negocios para ver si es sustentable y por lo mismo van muriendo los medios. Para nosotros, son las ganas de informar y de ser parte de un cambio en la región, ya que los medios generan ruido en la sociedad y la prensa, o sea, nosotros, somos parte de eso.

-Otro aspecto, la capacidad infinita que tiene la web hace que cualquier persona tenga la posibilidad de informar a la comunidad tan sólo teniendo algunos materiales básicos, incluso con un teléfono celular: ¿crees tú que esta explosión de la tecnología hará que el periodismo como tal tome un vuelco ante esta situación?

Si, en el tema de la inmediatez y de la rigurosidad, ahora tienes que ser doblemente riguroso antes de publicar una noticia como la instantaneidad que tiene la web es tan grande, muchas veces se publican rumores y por las ganas de golpear, medios las han tirado y han resultado ser que no son ciertas,

entonces en ese sentido los editores tienen que ser muy cuidadosos y responsables.

-Entonces, ¿Facilita el trabajo periodístico la masificación de las nuevas tecnologías?

Sí completamente, el hecho de ir pasando por la calle y ver un accidente y poder sacarle una foto con tu celular y subirla inmediatamente al medio es espectacular, pero en base a lo que hablábamos antes, hay que tener más cuidado, ya que por querer dar el golpe noticioso antes puedes caer en la morbosidad o en errores que te pueden costar la confianza de la gente, y una vez que la pierdes, es súper difícil volver a tenerla.

LA COMUNA.CL

-¿Cómo nació este medio?

“La Comuna” nació el año 2008, y fue por un accidente en el sentido de que yo vengo trabajando en las comunicaciones hace mucho tiempo y en un comienzo tenía un socio, pero en otro medio y por diferencias económicas, en el sentido que él quería lucrar con la página y yo aún consideraba que era muy pronto, decidimos separarnos y cada uno encontrar su rumbo.

Por esta razón y por el hambre de crear consciencia e influir en la sociedad creé un medio que salió el 7 de Marzo del 2008 y fue un día lunes.

- Cuénteme sobre las características del medio

Solamente hago notas escritas, teníamos audio y video, pero el audio y el video hay que hacerle el mismo tratamiento que la nota escrita, y a mí me demandaba mucho tiempo, era tres veces hacer lo mismo, así es que por el momento decidí dejarlo como nota escrita solamente.

-¿Cuántas visitas aproximadamente tiene el medio?

Posee alrededor de 108 mil visitas al mes, o sea, como 2.400 visitas diarias.

- ¿Cree que a los medios digitales les falta mucho por ser explorados y explotados?

Si y creo que estamos todavía en el vientre, pero siento que en ese sentido tenemos muchas cosas por hacer y una proyección por delante infinita, hay un estudio que realizó una Universidad hace 2 ó 3 años atrás donde establecía que los medios en papel iban a desaparecer y que en Estados Unidos ya estaban desapareciendo.

- Sí, en Estados Unidos el Newsweek ya desapareció

Claro, lo que viene ahora es la época de los portales lo que es web y va a llegar un minuto donde los medios se van a posicionar y cuando quieras ver el portal, te van a cobrar.

- ¿Cree que la masificación de las nuevas tecnologías facilita la labor de los periodistas o también tiene un arma de doble filo?

Si, ya se ve ya, de repente ves en Twitter que personas escriben algo y los medios de comunicación lo toman sin hacer el trabajo previo de verificar si es verídica o no y muchas veces induce errores. Pero eso va también en el criterio del editor del medio, por ejemplo yo soy reacio a traspasar un Twitter al medio,

porque muchas veces ha pasado que alguien saca una noticia en alguna red social y por dar el golpe noticioso, la copian y la sacan primero siendo que no es cierta; eso me pasó a mí con el caso de un niño que supuestamente había muerto, yo copié la noticia de otro medio y posteriormente me llaman para decirme que no había muerto. Eso fue un error completamente mío y nunca más lo volví a hacer.

-¿Considera que un medio digital se puede mantener con una sola persona?

La idea es conformar un equipo que te ayude más que a mantener, a proyectar el medio y ser competitivo. Yo en este minuto sólo estoy manteniendo hasta que me cambien las condiciones y estoy tratando de buscar la forma para poder generar este grupo de personas que me ayuden a proyectar este medio, pero sí se puede mantener, pero es muy, muy difícil eso sí.

- ¿Costó posicionarse dentro de una comunidad que era “virgen” en los medios web?

La verdad es que como yo vengo trabajando hace muchos años en medios, al principio no fue tanto, porque además fue novedoso, porque me metí justo después de que llegó “El Observado”, entonces era novedoso que un medio de acá empezara a generar un movimiento competitivo con respecto al otro medio que era "El Observado" y el diario "El Día" también.

Además el nombre es muy amigable es muy oreja, entonces en ese sentido creo haberle dado en el clavo, desde el punto de vista marketing, además yo soy publicista yo no soy periodista, entonces creo que de alguna manera me ayudó para poder conformar un nombre, una marca y un producto...pero yo siento que “La Comuna” tiene para mucho rato, pero eso sí yo estoy convencido de que tiene que buscar otro nicho, "La Comuna" no puede

quedarse solamente con la noticia, tiene que buscar otro nicho, el problema, no es un problema, en eso estoy trabajando, evolucionando, masticando en donde puedo llegar, pero te adelanto algo, creo que va para la mujer, y uno se da cuenta por el Facebook. Yo de los 3.600 y tantos amigos que tengo, el 80% son mujeres, entonces algo te dice, entonces ahí uno va viendo como el mercado se mueve, pero sí, para allá va, eso es lo que estoy estudiando.

- En comparación La Serena con Coquimbo ¿Cree que La Serena está más avanzada que la ciudad puerto?

Es que mira, primero que nada, si no hay 1000 hay cientos de medios digitales en la región. Aquí no se trata de quién hace una página, se trata de mantenerla en el tiempo, yo llevo 5 años y en Marzo cumplo 6.

Por ejemplo "La Comuna" tiene colaboraciones con otros medios o que tenga a nivel nacional me llegan varias notas, incluso de gobierno, también súper curioso... me llegan inclusive de Isla de Pascua.

-¿Nunca ha pensado convertir su medio en “ciudadano” como “El Observatodo”?

Sí también lo hago así, pero la diferencia entre ambos es que “El Observatodo” tiene un colchón económico potente y puede darse el lujo de trabajar cosas que yo no puedo, por una cuestión económica, por ejemplo: si hay un accidente en El Molle yo no puedo salir porque no tengo los medios para ir, pero ellos sí pueden arrendar un taxi, porque tienen un colchón y un equipo.

-¿Cómo son sus rutinas productivas?

De repente hay cosas que llegan y yo las trabajo, osino los puntos de prensa las invitaciones y ahí uno va sacando otras cosas, por ejemplo, ahora me invitaron a la inauguración de la feria de SERCOTEC y ahí yo entrevisté a una

persona que no tenía nada que ver ahí, pero encontré otra notita ahí.

-¿Considera que la enseñanza de las escuelas de periodismo ayudan a los nuevos profesionales a prepararse para la era de la comunicación 2.0?

Yo creo que los periodistas de hoy en día salen muy contemporáneos, muy mediáticos, lo que se comentó, es que yo siento que ellos tienen un sentimiento más avasallador, en el sentido de que salen y creen que son la panacea del periodismo profesional y ellos vienen con la verdad, pero no ven que dentro del medio hay gente que ha recorrido, que se ha sacado la mugre, que ha fracasado, entonces ellos no ven eso, por eso digo que les estarán enseñando en la Universidad que ellos creen que son lo mejor que hay que tienen que poner el pie sobre las personas que ya están trabajando. Siento que llegan sin ese respeto, atrevidos, osados en buen sentido de la palabra, pero deberían detenerse, mirar para atrás y ver a los viejos, por ejemplo a mí que llevo 23 años trabajando en medios.

LA NOTA.CL

¿Cómo nacen los medios digitales?

Para eso, debemos retroceder unos 100 años. Esto debido a que la historia del Periodismo en Chile comienza principalmente en el período de la Aurora de Chile, es decir, hace 201 años. Si se avanza en los hechos fundamentales en la línea de tiempo de la prensa, todo comienza con la prensa escrita, luego viene el auge de la prensa radial por el año 1924. Es decir, desde 1912 a 1920 pasaron 10 años para que existiera una nueva forma, y después pasaron 30 años, desde 1925 aproximadamente a 1950, donde empieza el Periodismo televisivo y luego, transcurre entre 1950 a 1995, incluso llegando casi al 2000, emerge el Periodismo Digital, simplificando, ésa es la historia del periodismo.

Primero pasaron 100 años para que algo reemplazara al diario. Y es ahí donde entra la radio cuando éstos caminan juntos, luego entra la televisión y finalmente el Periodismo Digital.

Pongamos como fecha de inicio del internet el 2000, pero en la región, “El Observatodo” se inicia cercano al 2005. Por lo que llevamos 12 años de periodismo digital, y ¿qué es lo que ha pasado? ha habido un proceso de descubrimiento del periodismo digital.

Entonces, este tipo de periodismo conectó lo que aparece en la radio, en la televisión, en el diario. Los junta en sólo una plataforma, además desarrolla ahí su propio concepto que lo distingue de los otros medios y generalmente el periodismo digital es un compilado de tv radio, foto, diario, Twitter, Facebook. Esa experiencia - y aquí con mis colegas vamos a tener una discusión - esa experiencia real, esa conjunción de periodismo solamente nació en la región con el proyecto que nosotros implementamos, con “El Vocero”. La experiencia de todo eso junto y desarrollarlo de manera simultánea es solamente con la aparición del vocero.cl y la nota.cl que es la continuación de ese proyecto el que es el perfeccionamiento del anterior. Nosotros estamos frente a una nueva forma de hacer periodismo, y esta forma todavía no se ha establecido.

En esta región hay 100 medios de comunicación por decir un número, todas las plataformas son muy distintas...

-¿Cuál plataforma es más capaz? ¿Cuál puede hacer más cosas?

La nuestra.

-¿Por qué?

Porque es nuestra, es mía, puedo hacerle lo que quiera.

El objetivo nuestro también es ser una red, como “El Observatodo” y su red “Mi voz”. Tú concesionas la plataforma, la llevas a la 3° región y le cambias el nombre.

“El Observatodo”, de partida, es un medio dirigido por Santiago y desde allá lo limitan.

“La Región” y “La Comuna” son dos plataformas que se hacen una vez solamente y luego se van actualizando.

Nosotros inventamos un tipo de plataforma, creamos un desarrollo informático propio. Aunque ustedes lo vean iguales, son muy distintas, pero la verdad es que todo es muy diferente.

Se empiezan a generar algunas discusiones gremiales, profesionales y es ¿qué es un medio digital? Por ejemplo rata.cl. Es un medio de comunicación, pero focalizado, con una periodicidad irregular. Por ejemplo quiénes de estos medios tienen periodista. Por ejemplo; La comuna no tiene periodista, es un “cabro” que le pega al oficio.

¿Cómo se podría hacer un descarte?

“La Región” sigue trabajando para el diario en papel y no trabaja para internet. Lo que hacen, es que al papel lo pasan al internet, copian y pegan. Entonces, ahí hay otra característica. “La Nota” y “El Observatodo”, no tenemos versión en papel.

El diario “El Día” tiene una plataforma más múltiple, ya que tienen un tremendo equipo, y están trabajando en perfeccionar esto. Ellos vienen trabajando como hace 3 años para armar este medio que les permita compatibilizar la fotografía, la radio, etc. y aún no les ha resultado.

Cristian Escalante, creó una línea de medios comunales que es la misma lógica que “El Observatodo”. El género que sacaran “El Montepatrino”, “El Vicuñense”, etc. Sacó como uno por comuna con el nombre de las mismas. Ellos están tratando de armar una nueva red de medios. Pero el tema de la mantención es lo complejo, súper complejo, y Cristian está descubriendo eso, ellos partieron con una red con plantillas, así como estandarizado.

El tema de los medios web es nuevo, todos recién están entendiendo cómo mantenerlo. De hecho, este medio se sustenta por obra del espíritu santo. Nosotros somos una empresa de comunicaciones, como no podíamos tener currículum ya que la empresa es nueva, ¿qué hicimos? Creamos un medio web, entonces la gente nos pregunta por la empresa de comunicaciones y sobre lo que hemos hecho y nosotros les decimos que tenemos un medio web: **“La nota.cl”**.

Además hacemos capacitaciones, clases, asesorías, eventos y eso es lo que nos deja plata, no el medio en sí, entonces ¿para qué hacerlo?

Porque los medios son centros de comunicación de la gente y centro de opinión, donde se genera debate, discusión. Los medios están vinculados al poder, al desarrollo de los países.

-¿Cuáles son los grandes medios que están vinculados al poder?

La Tercera y El Mercurio, porque están vinculados al desarrollo de las comunidades, al poder. Así se mantienen. El medio va a estar sacando la mejor foto en el momento oportuno.

En esta región, la historia de la prensa escrita se cuenta como desde el diario “El Día” del año 40, pero hay registro de que hay medios escritos antes de eso. Más o menos del 1920 y 1940. Esos son los registros más antiguos que hay. Pero hay historia de que en el 1900 acá ya había prensa.

-¿Cree que han apartado la historia de los medios digitales?

Ya comenzamos con el tema de las web y nadie está escribiendo esta historia que emerge fuertemente con “El Observatodo”, con el diario “El Día” que al principio no lo tomó en cuenta pero después se mete, también “La Comuna”.

La nota tiene exactamente 6 meses de puesta al aire, pero obviamente tiene una puesta anterior, que es “El Vocero” y que sólo cambia por una cuestión legal.

“El Observatodo”, que forman parte de una red “Mi Voz”, de hecho si tú te metes a esta red te aparecen todos los medios y lo que ellos hacen es que replican la misma plantilla que los otros medios. Ellos tienen un modelo, que es una nota principal, dos notas secundarias y después información, abajo una sección de fotos.

Mantener “La Nota” al día es súper complicado, ya que la mantengo yo solo, pero es bien completo, ya que tenemos audio, videos y fotos. Esto también lo hace “El Observatodo” y “El Día”, pero nuestro modelo, lo ideal si nosotros pudiéramos y tuviéramos el equipo, todos los días lo estaríamos cambiando, pero para que este modelo funcione se necesitan más periodistas y en este momento estoy sólo yo.

-¿Por qué no hay más periodistas?

Porque la plata no da para mantener a 2 periodistas más.

-¿Esto quiere decir que no tiene una periodicidad?

Esto trato de actualizarlo todos los días, en lo posible, pero hay veces que una noticia se queda pegada 2 días.

Ahora, no sólo tienes que cubrir la noticia, sino que tienes que hacer todo, texto fotos, videos y hacerlas relativamente bien, ya que eso marca la diferencia.

Dentro de "La nota", esta "**La Nota TV**" donde se pueden ver los videos en donde hay que crear un titulo, un texto, la edición del video para que así marque la diferencia y no sea igual que el que grabó la mamá de otra persona.

¿Cuál es el staff de este medio digital?

Un periodista, un diseñador o comunicadores audiovisuales e informático.

En cuanto al periodismo tradicional y digital, ¿cuáles crees que son las diferencias?

El primero sabe hacer prensa escrita o radio o televisión; un periodista moderno, hace las 3 cosas a la vez y por ejemplo yo, estoy dentro de ese rango, hoy los que nos dedicamos somos muy pocos, y siendo fruto de la Escuela de Periodismo (Universidad de La Serena).

¿Cómo difundes las noticias?

La lógica es la red, pero también hay diferentes medios; está el típico "boca a boca", la radio. Por ejemplo, yo soy corresponsal de radios regionales en donde digo si quieren saber más métanse a "La Nota.cl", pero también es importante Twitter y Facebook. Aunque nuestro medio no tiene Facebook, ya que al ser difundido por la radio, Twitter y también Facebook, requeriría de una exigencia la cual no podemos tener, ya que nuestra capacidad es baja y Facebook es el medio más potente.

La sobrevivencia de los medios web pequeños, es un sacrificio. Proporcionalmente existen la cantidad de medios dependiendo de sus habitantes.

¿Crees que aún no se ha explotado ni explorado el verdadero potencial que tienen las web?

Absolutamente, todavía estamos en una etapa súper mínima. Estoy completamente seguro que no se han explotado los medios como debiera ser.

-¿Esto a qué se debe?

Puede ser una responsabilidad de las universidades que no estén metidas en el tema pero no sólo eso. Es que estamos en una nueva era y estamos descubriendo el mundo que viene y hay gente que se está planteando eso.

COQUIMBOENLINEA.CL

-¿Cómo inició el medio?

[www.coquimboenlinea](http://www.coquimboenlinea.cl) es uno de las tres primeros hijos de la RAMA mayor de la Red de Diarios Ciudadanos "MI PAÍS", nació junto a www.atacamaenlinea.cl y www.losriosenlinea.cl el 10 de Diciembre de 2010, y por el sólo hecho de un simple problema sucedido en las Playas de la Serena que quise hacer público en un medio digital "Regional" que hasta el día de hoy no ha respondido mi inquietud como ciudadano....cuando los medios dicen ser Regionales y Ciudadanos, deben serlo no parecerlo...así nació esta idea, que hoy es www.coquimboenlinea.cl.

-Sabiedo que su central se encuentra en Copiapó y que usted sólo está los fines de semana en la región, ¿Cómo es su sistema de trabajo?

Nuestro Trabajo es dinámico, en términos que recibimos las notas de prensa de las Instituciones y/u Organizaciones, personas que desean que sus noticias

sean conocidas por la Comunidad, al margen de lo que nosotros consideramos importante dar a conocer y cubrimos, además de los free lance que aportan con el reporte en la región, no porque yo no esté el medio se va a paralizar, eso es lo ideal de internet.

-En base a esto ¿Con cuánto personal cuentan?

Actualmente somos 4 personas estables, y 7 Parttime

-¿Creen que son el mejor y más completo medio digital de la región?

Trabajamos para ser el mejor y más completo medio digital regional.

Existen varios medios en la región en donde la periodicidad de sus publicaciones es bastante lenta y poco constante. Las suyas, ¿cada cuánto son?

Nuestras publicaciones son diarias, las ediciones se cierran a las 20:00 hrs

-En cuanto a la creación de un medio digital, ¿cuál fue la motivación?

La Principal motivación fue en lo principal tratar de lograr que la comunidad participe y opine de manera objetiva sobre su región, y conozcan a la vez lo que sucede realmente en su región y algo muy particular que vean un medio dedicado a temas de interés y no abocado a la farándula ni menos prensa roja.

-Todos los medio digitales trabajan en base a una plantilla, ¿la que su medio utiliza es comprada o está especialmente diseñada para él?

Nuestra Plantilla fue creada por nuestro Webmaster especialmente para nuestra Red de Diarios Ciudadanos "MI PAIS", dentro de la cual está www.coquimboenlinea.cl

-¿Costó la recepción de la gente?Y¿Cuántas visitas tienen mensualmente?

En estos tiempos los Medios Digitales son más fáciles de llegar a la gente, apoyado por las redes sociales Facebook y Twitter se nos hizo más fácil la recepción en la Región, al margen de una campaña publicitaria in situ en los puntos más concurridos de la Región.

-O sea, que tienen una cantidad de visitas considerable como para señalar que se les hizo más fácil gracias a las redes sociales

La web en la Región ya bordea las 300.000 visitas.

-¿Cree que otros medios como “El Observatodo” son competencia relevante para “CoquimboenLínea”?

Ningún medio es competencia relevante para nuestro medio, no nacimos a la vida pública para competir, sino para ser los mejores del medio regional y nacional.

-Pasando a otro tema más global, es un hecho de que los medios digitales estén en auge pero, ¿les falta mucho por ser explorados?

En Chile está empezando el boom de los medios digitales, pero con poca prolijidad, la mayoría no tiene objetivos o líneas editoriales trazados.

-¿Cree que algún día, en un futuro no muy lejano, los medios digitales reemplazarán al papel?

Los medios escritos si bien es cierto están en decadencia no desaparecerán. En nuestro País hay un porcentaje de personas cautivas importante (20%) que se informan por el papel.

-Por ende, ¿facilita el trabajo periodístico la masificación de las nuevas tecnologías?

Lamentablemente debo decir que no es así, porque el general del trabajo periodístico de hoy es el conocido “copy-page“, lo que no hace profesional el trabajo que se realiza y se entrega al lector

-La capacidad infinita que tiene la web hace que cualquier persona tenga la posibilidad de informar a la comunidad tan sólo teniendo algunos materiales básicos, incluso con un teléfono celular: ¿cree usted que esta explosión de la tecnología hará que el Periodismo como tal tome un vuelco ante esta situación?

Ya antes lo mencione “copy page” es la muerte del periodismo....quizás un poco la solución es perfeccionarse en la profesión, abocándose a la mención Medios Digitales, carrera que ya está empezando a ser dictada en varias universidades.

LA VOZ DEL NORTE.CL

CristianRiffo (Editor y periodista del medio)

-¿Cómo ha nacido este medio?

La verdad es que yo llevo muchos años en el periodismo, soy de Santiago, trabajé mucho tiempo en “La Tercera”, entonces había tenido la experiencia de ver como (estoy hablando del año 97 cuando entré a ese medio) y en esos años estaba como de moda esto de los medios digitales, “La Tercera” recién estaba empezando con su sitio web, entonces siempre tuve el interés de hacer algo, y había tenido una página. Yo me dedico mucho al tema de investigación de ovnis, entonces ya habíamos tenido un sitio, pero sólo enfocado en ese tema,

estamos hablando de una página que se actualizaba periódicamente, entonces tengo muchos amigos relacionados con el área tecnológica. Hubo en momento en que trabajaba en la radio “El Faro”, (aún no comenzaba a trabajar en el diario “El Día”) y se me ocurrió la idea de retomar una idea que tenía hace mucho tiempo, que era crear un medio electrónico. Al principio me costó mucho porque no era fácil definir qué línea iba a tener el medio, que sección, cuáles iban a ser los aspectos más relevantes para su temática; hasta que al fin encontré una estructura, trabajé con unos amigos de Valparaíso, armamos a distancia el sitio, ellos me iban mostrando avance, y nos demoramos como 2 meses en definir la estructura del sitio, un medio que se puede administrar a distancia, de cualquier parte, por el celular se pueden subir notas. Es un wordpress pero que tiene una serie de caracteres como permitir subir notas por Twitter y Facebook.

En un comienzo el sitio lo sentía muy mío, no había pensado en administrarlo yo, pero si subirles notas yo, hacer todo yo, pero en algún momento me di cuenta que empecé a tener otras responsabilidades y tuve que meter a otras personas, además de las que me administran la parte técnica. Tuve que tener a otras personas y ahí tuve un par de estudiantes en prácticas de la Universidad del Mar y de a poco se fue consolidando el sitio, la alumna en práctica luego se quedó trabajando para el medio, lo que me ayudó bastante.

¿Por qué hacerlo de La Serena y no de Valparaíso?

Uno por un tema de que yo trabajaba en medio, “Radio el Faro” y trabajar en diferentes instituciones ayuda a tener una cercanía con gente del medio local, eso sí, el sitio web tiene un área que es de Antofagasta, pero no la hemos podido potenciar mucho, porque al principio teníamos una persona encargada allá, pero lo trasladaron de ciudad y quedamos con ese vacío ahí, pero hay un proyecto a futuro de volver a potenciar esta ciudad y además meternos en el

sur, de hecho estamos comprando un dominio de “La Voz del Sur.cl” para incorporar “La Voz del Norte” y “La Voz del Sur”.

-¿La Voz del Norte es una línea o es independiente de La Voz del Sur?

Van a ser como hermanos, va a ser como la línea de “El Observador”, pero no tan ambicioso como ellos por el hecho de estar en todo Chile, pero sí vamos a tener dos portales: uno con información del sur y la otra con información del norte, con publicidad cruzada, compartir la estructura. Ahora yo creo que todavía falta un impulso mayor a “La Voz del Norte”, si tú hablas de “La Voz del Norte”, se conoce, tanto las autoridades, como gobierno, empresas; de hecho tenemos publicidad de Pelambre, SERNATUR, GORE, Aguas del Valle, hemos tenido hartas empresas importante auspiciándonos, entonces ya nos hemos hecho un nombre, por supuesto que nos falta mucho por trabajar, un equipo más consolidado a lo mejor de periodistas que trabajen en actualizar constantemente las notas, el último mes hemos tenido problemas en ese aspecto.

Pero en sí, el proyecto nació con la idea de estar en el norte y en el sur, ése es el objetivo.

-¿Cuál es el staff del medio?

Periodistas somos dos, hay un diseñador y un programador, una persona que me ve la parte comercial, que es una empresa que se llama “Mirada3”, ellos ven el tema comercial, publicitario y ahí yo no me meto.

-¿Cómo es la rutina de trabajo que tiene el medio?

Hay mucha colaboración, por supuesto que yo trabajo para el diario “El Día” también aprovecho de sacar esas notas, de repente hay noticias que también las cubro yo, mucho comunicado y mucha colaboración, porque estamos en

una fase como te decía anteriormente, en que queremos buscar un equilibrio en donde tengamos dos periodistas y complementarlo con la parte económica, nadie trabaja por amor al arte, entonces hay que llegar a un equilibrio y en eso estamos tratando de lograr eso.

-Trabaja de periodista en el diario el día y ¿aprovecha eso para su medio?

No necesariamente, porque yo con el diario “El Día” tengo compromiso de subir notas, y no puedo subir la misma nota, pero sí informo a la otra persona que trabaja conmigo y de repente le mando una foto diferente, pero no siempre es la misma información.

-¿Cuenta con un promedio de visitas diarias del medio, que le permitan ver si el medio está prosperando o siendo visitado por la comunidad?

Hay un contador de visitas, se supone que diariamente tenemos como dos mil visitas, pero ese promedio es relativo, porque como te decía antes, yo me manejo en el tema ovis, entonces cuando subimos una nota de eso hay más visitas o, por ejemplo de deporte, también se disparan las vistas; todo depende del interés. Pero en promedio son como dos mil.

- ¿Cómo mantienen el medio?

Esa fue una de las cosas que me hizo pensar mucho antes de meterme en el tema, así como dices hay muchos que duran un mes y mueren. Por eso lo pensé bastante, dije: “si quiero hacer un medio es para que se mantenga y no que muera en un mes, ir mejorándolo de a poco”. Hoy lo veo y sé que hay mucho que cambiar, vamos a cumplir 3 años y tenemos que reinventarlo, buscarle algo distinto. Si cualquier medio tradicional no cambia la gente se aburre. En los medios digitales hay que buscarle algo distinto, creo que siempre

hemos tratado de agregarle cositas, quizás me encuentro con algo interesante y lo agrego, en el área de salud, también con la astronomía, ponemos fotografías. Prefiero no tanto cantidad sino que más calidad.

-Cada medio trabaja en base a una plantilla, ¿la suya es diseñada?

Fue comprada y adaptada, o sea, se tomó una plantilla Wordpress que se compra, pero se adaptó a la necesidad del portal, porque las partidas de Wordpress generalmente están basadas en sitios gringos, entonces es muy distinta la forma de mostrar la noticia la estructura, el menú, son muy distintas al latinoamericano, entonces lo que hicieron estos muchachos de Valparaíso fue tomar este wordpress y modificarla, lo trabajaron durante dos meses modificándolo a nuestras necesidades, le pusimos a un costado los números de teléfono de emergencia y todo eso basado en el focusgroup entre los amigos y la gente cercana al periodismo, preguntándoles que cosas faltan, de poco fuimos trabajando eso, además que en camino uno puede ir mejorando, puede ir eliminando secciones que no son lo que más le interesa a la gente como a veces noticias nacionales, pero si queremos darle más en el hueso a notas novedosas y de la región.

-Difunden noticias de toda la región

Sí.

-¿Las redes sociales las potencian?

De hecho en algún momento pensamos en tener una persona encargada exclusivamente en redes sociales, o sea, que suba notas todo el tiempo en Twitter o Facebook.

-¿Y que sea diferente al medio web?

Claro, que sea diferente, mover un poco más las notas; yo trato de twittear cuanto puedo, pero también quita tiempo y es limitado el que tengo, pero como te digo estamos en una etapa en que queremos replantearnos muchas cosas. El sitio hasta ahora se ha mantenido mucho más que otros portales, publicitariamente hemos mantenido también clientes importantes como Los Pelambres y eso además significa esfuerzo adicionales para el próximo año. En el fondo creo que lo más importante es mantenerse, es lo más difícil del entendimiento del área digital. Porque claro puedes tener el dinero para armar un portal, pagar un Nick, pagar el hosting, pero mantenerlo vivo es otra cosa

-¿Usted cree que se puede mantener un medio digital con una sola persona?

Yo creo que sí, conozco hace harto tiempo a Sergio Yáñez, (“La Comuna”), y muchas veces estuvimos trabajando los dos y no teníamos la posibilidad de tener a un periodista y trabajamos los dos. Creo que se puede, cuesta, pero la clave es que ese periodista no tenga que preocuparse de la parte comercial, sino que esté dedicado exclusivamente en la parte de las notas y creo que es ahí donde muchos han fallado.

-En cuanto al sitio, ¿Con qué sistema cuenta la página: audio, video, notas escritas?

Tiene una galería fotográfica, una de video y una escrita, pero sinceramente la parte de video no se usa, una porque demanda un tiempo hacer un video (en un tiempo hicimos, si te metes a Youtube y pones”La Voz del Norte” te van a aparecer) pero demanda tiempo, a lo mejor en esta nueva etapa lo hacemos. La galería fotográfica estamos actualizando constantemente, pero el fuerte son las

notas escritas. Ahora, el fuerte de los medios digitales es que tenga de todo, si no le pones fotos es fome.

-¿Cree que va a desaparecer el papel?

No, yo creo que se está equilibrando el asunto, hay una mezcla interesante en que ambos medios se potencien, casi todos o medios digitales han logrado esa mezcla, por ejemplo emol, la tercera tienen su sitio web que hoy en día trabajan con un equipo completamente distinto, pero en que en el fondo se potencian, al principio en la web pero luego investigado y profundizado en el papel, porque a la gente le gusta tener el papel con un café, por ejemplo.

-¿Por qué cree que entonces a la tercera tv no le fue tan bien?

Era un proyecto pero no se alcanzó a lanzar, lo que pasa es que hubo un problema económico, el dueño de la tercera estaba mal, entonces el proyecto en su momento no fue rentable, pero era un proyecto ambicioso, con colaboración de CNN, pero no es que no haya resultado porque el público aún no esté preparado, sino que porque hubo problemas externos que lo impidieron. Hoy en día los dispositivos móviles te permiten tener todo, se van a hacer mucho más interactivos.

Lo que nosotros queremos como meta de aquí al próximo año, es tener una aplicación para Android e iPhone en donde la plataforma de “La Voz del Norte” esté adaptada en estos sistemas y que sea diferente a meterse en la web.

-Eso es como innovador

Creo que “El Observador” la tiene, pero es la tendencia creo que la gente quiere ver eso, entonces es un desafío, tener esa aplicación. Potenciar más el reportaje en terreno, y el equilibrio entre lo que gana el sitio y lo que se puede gastar

-¿Cree que la competencia es grande?

Creo que se ha equilibrado, que los medios que están se han consolidado, y que tienen años. Sí lo difícil es mantenerse y tener la constancia para que eso pase. Igual se puede postular a los fondos de medios, yo no lo descarto, por ejemplo, al capital semilla, aún no lo hago, pero no lo descarto.

2. PORTADA DIARIOS DIGITALES SÁBADO 2 DE NOVIEMBRE

Siempre conectado / Sábado 02 de noviembre de 2013 Buscar en LaComuna...

Diario
LA COMUNA



PORTADA MI BARRIO POLÍTICA COMUNAS ACTUALIDAD DEPORTES REGIONAL MINERÍA EDUCACIÓN

SALUD NEGOCIOS SOCIEDAD TECNOLOGÍA PANORAMAS CLASIFICADOS

Gabriela Mistral

Poema



Presentan obra póstuma de Gabriela mistral en feria de Santiago »

El libro, que retrata en verso la geografía física y humana de Chile, quedó inédito e inconcluso. / Por Gabriel Canihuante...



DEPORTES



Estadio de Punitaqui se inaugura con la presencia de estrellas del Mundial de Francia 98 »

La ceremonia ha sido programada para el sábado 9 de noviembre a las 11. 30 horas y será encabezada por el Intendente Juan Manuel Venalida y el alcalde Pedro Valdivia....

02/11/2013 / No Comentario / Leer Mas »



Ciclistas de las regiones Metropolitana y

PORTADA

MEO: "si pasamos a la segunda vuelta, Andrés Allamand y el presidente de los bancos votarán por Bachelet" »



En su recorrido por Chile, en La Serena, el fundador del PRO, dijo que creará una ley que proteja a...

02/11/2013 / No Comentario / Leer Mas »

Fuerte sismo de 6,4 se registró en la región de Coquimbo »



Según el Servicio de sismología de la U. de Chile, el epicentro se registró a las 20:03 horas en la...

02/11/2013 / No Comentario / Leer Mas »

Un llamado a la fe hace la iglesia evangelica en su día nacional »



La Intendente regional encabezó la conmemoración del día de las Iglesias Evangélicas y Protestantes, enfatizando los avances en los 30...

02/11/2013 / No Comentario / Leer Mas »



¿Qué es el CORE?

CORECoquimbo

CORECoquimbo

EL PROGRESO DE COQUIMBO ESTÁ EN RIESGO

¡DEBE HACERSE LA LEY DE LOS RIESGOS!



Robinson Hernandez



Más de 45 jóvenes completaron en el



Observatorio Collovara establece redes con...



'Gloria' y 'Joven y Alocado' arriban a...



ONCA imparte Seminario de



Emprendedores jóvenes muestran lo mejor de



Un lugar que revive con más energía. La Serena recupera su espacio resto cafe



Publinota

EVANGELIO DEL DÍA

Yo soy la resurrección y la vida

ESCUCHALO

Senador Lagos Weber dice que está trabajando para ganar en primera vuelta y por...

Bohórquez en campaña en su paso por La Serena, se refiere a...

Ministro del Interior Andrés Chadwick se refiere a Michelle Bachelet por ley



Tweets

Seguir a @lanotaci

LaNota @lanotaci 1h
Finaliza toma de 4 horas Ruta Interior #ovalle #socos. Unos cien vecinos de San Julian reclamaron por abastecimiento de #agua. Sin detenidos

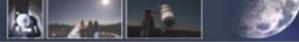
LaNota @lanotaci 3h
Desde 18hrs +de 50 vecinos de Cca. Julio #ovalle #temporales
Tweets a @lanotaci



LA VOZ DEL
NORTE



Ven a descubrir los misterios del universo.



Buscar...

PORTADA

NACIONALES

REGIONALES

ENTREVISTAS

NEGOCIOS

CULTURA

DEPORTE

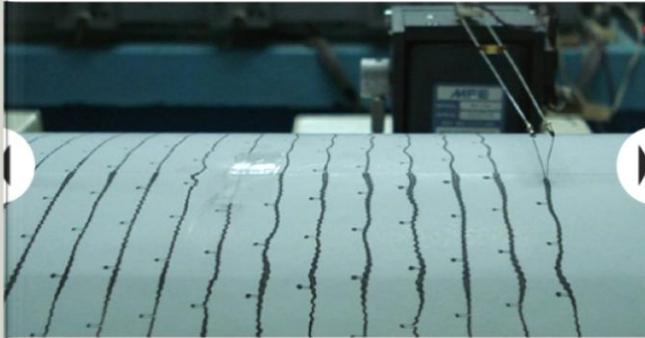
TURISMO

CIENCIA

MISTERIOS

www.micafe.cl

AGUASDELVALLE
agua dulce



Más de siete replicas se han registrado en la región luego del sismo de ayer

Tras el sismo registrado a las 20:04 horas de ayer jueves, el Centro Sismológico Nacional de la Universidad de Chile, ha publicado de su sitio web más de siete movimientos



Empresarios turísticos de Tongoy piden que Core acelere aprobación de proyecto del Sernatur



Parque Fray Jorge se convierte en primer destino turístico de Sudamérica con sello Starlight



Ferias artesanales y culturales se convierten en atractivo turístico en vacaciones de invierno



- Inicio
- Provincia de Elqui
- Provincia de Limari
- Provincia de Choapa
- La Región
- El País
- Columnas
- Contacto
- Emprendimiento y Fomento
- Arte y Cultura
- Economía
- Salud
- Nuestra Gente
- Política
- Sociedad
- Deportes


elecciones2013.gob.cl |
  **101**




Presidente Piñera visita la Región de Antofagasta
 PRESIDENTE PIÑERA REALIZÓ VISITA DE TRABAJO A LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA | Presidente de la República...

BUSCADOR

buscar noticias

BUSCAR

NOTICIAS ANTERIORES

- Agricultura pone en marcha red nacional de bancos de germoplasma
- Proyectos de riego que incorporen telemetría triplican recursos
- Séptima Conferencia Bienal de aguas Internacionales en Barbados
- Codelco coloca bonos por US\$950 millones en el mercado internacional
- \$253 millones a regantes y campesinos del Choapa
- 300 familias de Ovalle lograron el sueño de la casa propia
- Metropolitana, Maule y Biobío dominaron tenis de mesa
- Maule confirmó favoritismo en la final del Tenis de Mesa Duplas

Juegos Nacionales | Valle de Elqui
 Descentralización | Fonasa
 Primera Dama en la ONU

Juegos Deportivos Nacionales

 0:00 / 0:37

3. INFOGRAFÍA “EL OBSERVATODO” MES AGOSTO 2013



Diario Ciudadano de la región de Coquimbo www.elobservatodo.cl

LECTORÍA

Ene – Agosto 2013	Agosto 2013
VISITANTES ÚNICOS 1.865.050	VISITANTES ÚNICOS 245.801
PAGEVIEWS 3.609.870	PAGEVIEWS 471.066

Fuente: Google Analytics



CRECIMIENTO

En comparación al mismo periodo del año 2012, El Observatodo generó **crecimiento del 38%** en visitantes únicos exclusivos (V.U). Durante el 2012, El Observatodo en este periodo alcanzó un total de 1.355.755 V.U, mientras que en 2013 logró la suma de 1.865.050 V.U.



REDES SOCIALES

SEGUIDORES TWITTER
19.400

FANS FACEBOOK
17.514



Alcance:
31,045 personas
Impresiones:
62,687 visualizaciones

31,045

62,687



AUDIENCIA

Estudio realizado en Diciembre 2012 por NetQuest.

SEXO	
Hombres	55%
Mujeres	45%

EDAD	
Menos de 14	0%
Entre 14-17	2%
Entre 18-25	28%
Entre 26-34	34%
Entre 35-44	21%
Entre 45-54	10%
Entre 55-64	4%
Más de 65	1%

NIVEL DE EDUCACIÓN	
Educación Escolar	16%
Universitaria Incompleta	36%
Universitaria Completa	38%
Post Grado	10%



El Observatodo es un diario digital y participativo, perteneciente al Grupo MI VOZ y es uno de los 19 medios de comunicación distribuidos a lo largo de todo Chile.

MI VOZ cuenta además con un Centro de Estudios de la Social Media y un Área de Proyectos de vinculación con la Comunidad.

Datos de Agosto de 2013

AUDIENCIA	REDES SOCIALES
Visitantes Únicos	3.304.899
Pageviews	5.331.542
Seguidores Twitter	138.555
Fans Facebook	117.372

MI VOZ www.mivoz.cl
Cordovez 540 oficina 310 - La Serena

CLIENTES



El Observatodo [/www.elobservatodo.cl](http://www.elobservatodo.cl) / contacto@elobservatodo.cl / [Fono 2-23340619](tel:2-23340619) / [f elobservatodo/](https://www.facebook.com/elobservatodo/) / [@elobservatodo](https://twitter.com/elobservatodo)

Algunos clientes durante 2013

4. GLOSARIO

A

Ancho de Banda:a) Es la cantidad de información, normalmente expresada en bit por segundo, que puede transmitirse en una conexión durante la mitad del tiempo elegida. Es también conocido por su denominación inglesa: *Bandwit*.

b) Rango de frecuencia asignada a un canal de transmisión. Corresponde al ancho existente entre los límites de frecuencia inferior y superior en los que a atenuación cae 3dB.

c) Capacidad de transmisión de información de un canal de comunicaciones, por ejemplo, el ancho de banda de una línea telefónica convencional es mucho menos que el de un enlace de fibra óptica.

Aplicación:

a) Software que desempeña una función particular (Ejemplo: ¿tiene alguna aplicación de correo electrónico instalada en su ordenador?)

b) La función útil por sí sola (Ejemplo: transferir archivos es una aplicación útil de internet)

C

Cibernauta: Usuario virtual que utiliza legalmente cualquier red telemática. Si la red que visita es internet, recibe el nombre de internauta.

Correo Electrónico: servicio telemático similar al sistema postal ordinario, pero sobre un sistema informático. Es más conocido por su acrónimo inglés: e-mail (electronic mail). El programa que se utiliza para gestionar el correo es un “agente usuario” cuya versión más conocida es el “mail” Unix (aunque no sea el único): Elm, Pine, MH, Zmail, MAiltool, Rmail.

D

Digital: Representación de información mediante combinaciones de unidades binarias en un sistema binario (0 y 1). Es la tecnología que genera, almacena y procesa datos en dos estados, positivo y no positivo. Digitalizar es convertir la información analógica en un formato digital.

E

Explorador: programa que permite la navegación por las diferentes páginas que forman el WWW y la lectura de archivos de hipertexto.

H

Hipermedia: Documento que integra distintos tipos de formatos de información: gráficos, sonido, video, texto.

Hipertexto: Variante del Hipermedia que ofrece sólo la posibilidad de enlace entre documentos de texto. Permite contener elementos multimedia como animaciones, imágenes y sonido.

Home Page: Pagina principal de un documento del WWW.

I

Informática: Es una ciencia que estudia métodos, procesos, técnicas, con el fin de almacenar, procesar y transmitir información y datos en formato digital. La informática se ha desarrollado rápidamente a partir de la segunda mitad del siglo XX, con la aparición de tecnologías tales como el circuito integrado, Internet y el teléfono móvil.

Interactividad: capacidad que tiene el usuario de “preguntar” al sistema, y sentar así las bases para recuperar la información de la forma deseada. Se trata de que el emisor no envíe un mensaje unidireccional, sin capacidad de respuesta.

Influencia: Poder, valimiento, autoridad de alguien para con otra u otras personas o para intervenir en un negocio.

Persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio.

L

Link: Enlace que une servidores o páginas web. En la jerga internauta se utiliza la palabra “linkear” para definir el salto de un URL (dirección web) a otra, a partir del hipertexto.

M

Multimedia: concepto que consiste en la integración de informaciones. Es decir, es el sistema que integra texto, imágenes fijas o en movimiento y sonido en un único soporte. En comunicaciones multimedia, un buen ejemplo podría ser WWW.

O

Online: (En Línea). Estado del modem cuando se conecta a otro modem. Coloquialmente se dice que se está en línea cuando se está conectado.

Opinión Pública: Es un proceso complejo que opera en base a dos niveles principalmente: uno es la influencia social y el otro es a través de los medios de comunicación; estos dos factores interactúan y contribuyen para generar una mayor o menor percepción de la credibilidad en las fuentes de información.

P

Palmtops: Computadora pequeña que cabe en la mano y que generalmente se maneja desde su pantalla táctil. Son útiles como agendas, calendarios, anotador de recordatorios, reloj, calculadora, etc.

Plataforma: Es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible. Dicho sistema está definido por un estándar alrededor del cual se determina una arquitectura de hardware y una plataforma de software (incluyendo entornos de aplicaciones). Al definir plataformas se establecen los tipos de arquitectura, sistema operativo, lenguaje de programación o interfaz de usuario compatibles.

R

Red: Servicio de comunicación de datos entre ordenadores.

Redes Sociales: Son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Ejemplos: Twitter, Facebook, entre otros

Relevancia: Calidad o condición de relevante, importancia, significación.

T

TICS: Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a veces denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) son un concepto muy asociado al de informática. Si se entiende esta última como el conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, esta definición se ha matizado de la mano de las TIC, pues en la actualidad no basta con hablar de una computadora cuando se hace referencia al procesamiento de la información. Internet puede formar parte de ese procesamiento que, quizás, se realice de manera distribuida y remota. Y al hablar de procesamiento remoto, además de incorporar el concepto de telecomunicación, se puede estar haciendo referencia a un dispositivo muy distinto a lo que tradicionalmente se entiende por computadora pues podría llevarse a cabo, por ejemplo, con un teléfono móvil o una computadora ultra-portátil, con capacidad de operar en red mediante Comunicación inalámbrica y con cada vez más prestaciones, facilidades y rendimiento.

Telecomunicación: Es el estudio y aplicación de la técnica que diseña sistemas que permitan la comunicación a larga distancia a través de la transmisión y recepción de señales. Típicamente estas señales se propagan a través de ondas electromagnéticas, pero es extensible a cualquier medio que permita la comunicación entre un origen y un destino como medios escritos, sonidos, imágenes o incluso personas.

En la telecomunicación se incluyen muchas tecnologías como la radio, televisión, teléfono y telefonía móvil, comunicaciones de datos y redes informáticas, como Internet. Estas tecnologías son de vital importancia en el contexto socioeconómico actual, sobre todo si valoramos su utilidad en conceptos como la globalización o la sociedad de la información. De hecho, una

gran familia de estas tecnologías, enfocadas a un consumo no profesional, ha convergido en las llamadas tecnologías de la información y la comunicación, que forman ya parte del currículo educativo en muchos países.

Teletexto: Es un servicio de información en forma de texto que se emite junto con la señal de televisión. Necesita televisores adecuados para acceder al servicio; la mayor parte de televisores que se venden desde el año 1990 incorporan este sistema.

U

URL: Acrónimo de Uniform Resource Locater (Localizador uniforme de recurso). Dirección de un recurso de internet. Se utiliza para indicar el camino que permite una conexión vía HTTP, FTP, GOPHER, WAIS, etc.

W

Web 2.0: Es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través de la web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

Webmaster: Programador encargado de la creación y gestión de una web. Es responsabilidad suya mantener la funcionalidad de la página y generar nuevos contenidos.

WORLD WIDE WEB (WWW) o Red informática mundial: Sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.