

Este informe esta compartido con una licencia Creative Commons del tipo atribución



http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/ec

Gracias a esta licencia es posible:

Copiar, distribuir, comunicar y comunicar públicamente esta obra.

Hacer obras derivadas bajo las siguientes condiciones:

Atribución: Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante.

No comercial: No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Licenciar igual. Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, solo puedes distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a esta.

Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

Texto completo de la licencia

http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/ec/legalcode

En caso de utilizar el contenido de la manera indicada en la licencia, se solicita enviar por cortesía aviso vía correo electrónico a info@ciespal.net

Copias digitales de este libro están disponibles en www.ciespal.net/mapeo

Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador

2012

Coordinación José Rivera Costales @tikinauta Monitoreo María Isabel Chávez

Asistentes de investigación

Leonardo Morales, PUCE Quito Daniela Muñoz, UISEK Berónica Castro, UTPL

Diseño y diagramación

Bryham Cuellar Luque Diego Acevedo

El mapa de medios digitales es un estudio realizado por CIESPAL para conocer cuántos medios tiene el Ecuador en Internet y determinar los niveles de actualización, secciones, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, redes sociales y herramientas multimedia que están empleando, a su vez, permite comprender los procesos y lógicas de trabajo los medios de comunicación digitales.

Palabras clave: medios, digitales, comunicación, Ecuador, matriciales, nativos, cuantos, existen, mapeo, periódicos, radios, televisión, prensa, radios, línea, Quito, Guayaquil, directorio, provincia.



Derechos	2
Autoría	3
Indice	4
Resumen ejecutivo	5
Introducción	7
Internet en Ecuador	8
Antecedentes de los medios digitales	11
Los medios digitales en Ecuador, visión histórica	14
Metodología	17
Estado de los medios digitales en Ecuador	19
Mapa medios digitales Ecuador (general)	25
Mapa medios digitales Ecuador (solo digitales)	26
Periódicos matriciales nacionales	27
Periódicos matriciales locales	31
Revistas matriciales nacionales	35
Revistas matriciales locales	40
Radios matriciales nacionales	41
Radios matriciales locales	46
Televisión matricial nacional	50
Televisión matricial local	54
Periódicos nativos digitales	59
Revistas nativas digitales	63
Radios nativas digitales	66
Conclusiones	60
Medios que participaron en la investigación	75



Resumen ejecutivo

Resumen ejecutivo

Este es un estudio realizado a través de Internet (observación online), con un equipo de investigación que efectuó la búsqueda y análisis de los sitios que fueron incluidos dentro de la muestra.

Es importante resaltar que el universo del estudio son los sitios web de los medios de comunicación del Ecuador que emiten regularmente información noticiosa; fueron integrados los medios tradicionales (radio, prensa, y TV) que cuentan con una versión digital y medios nativos digitales que nacieron en Internet y no tienen un antecedente en un medio tradicional.

El objetivo del estudio es conocer cuántos medios digitales tiene el Ecuador y determinar los niveles de actualización, secciones, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, redes sociales y herramientas multimedia que están empleando; esto permite comprender los procesos y lógicas de trabajo de los medios de comunicación digitales.

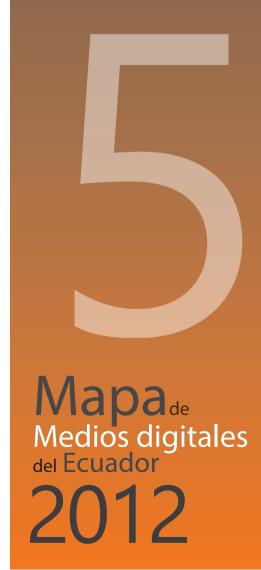
La recopilación de información se realizó entre el 16 de enero y el 27 de junio de 2012.

El informe se termino de escribir el jueves 27 de diciembre de 2012.

La muestra útil alcanzó 254 medios de comunicación, de los cuales la mayoría pertenece a medios tradicionales, periódicos, radios, revistas, canales de televisión y únicamente 34 medios de comunicación nativos digitales.

Las conclusiones a las que llegamos son:

1. En el Ecuador existen 133 radios, 30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales.



- 2. Existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas.
- 3. Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; la región sierra es donde más medios se registran.
- 4. Se identifican provincias en donde no existen medios digitales: Napo, Orellana, Zamora y Carchi.
- 5. Las provincias que cuentan con mayor número de medios nativos digitales son Pichincha y Guayas.
- 6. Los principales ejes noticiosos en estos medios son: nacionales, política, internacional, deportes, entretenimiento, opinión, economía y negocios.
- 7. Un 70% de los medios digitales del Ecuador actualiza diariamente sus contenidos informativos.
- 8. Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos digitales, son los que más cumplen con el criterio de inmediatez y con este mismo criterio actualizan las redes sociales de las que disponen.
- 9. La inmediatez en las radios y la televisión en línea se da en las transmisiones que realizan.
- 10. 43 medios de los 254 no integran redes sociales.
- 11. Las redes sociales más usadas en los medios digitales ecuatorianos, por orden de importancia, son: Facebook, Twitter, RSS, Youtube, Ustream, JustinTV, Google+
- 12. Los periódicos matriciales y digitales son los que más integran enlaces hipertextuales en la información que publican; canales de televisión, las revistas y las radios, en su gran mayoría no los integran.
- 13. La mayoría de medios digitales publica información en texto y fotos; el video insertado es la herramienta multimedia más usada; la transmisión de radio y televisión son las herramientas más usadas por las radios y los canales.
- 14. Cuando se realizó la observación, los comentarios eran la herramienta de interactividad más usada. Al momento de publicar el presente estudio se puede verificar que medios como *El Comercio* suprimieron los comentarios de sus versiones digitales desde septiembre de 2012, *El Universo, Expreso*, diario *Extra* también lo hicieron, únicamente diario *Hoy* mantiene los comentarios pero con un registro previo para los usuarios.



Introducción

Introducción

El creciente acceso a Internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador han modificado muchos aspectos de la vida cotidiana.

La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que han sufrido modificaciones importantes.

1994 marca un punto de quiebre en cuanto a información noticiosa, algunos medios de comunicación tradicionales, principalmente los periódicos, empezaron a publicar habitualmente contenidos en Internet.

Esos primeros sitios eran versiones muy básicas, pero permitían conocer lo que sucedía en nuestro país desde cualquier rincón del mundo.

En esos intentos de comunicación virtual no se aplicaban conceptos, reglas o criterios pues no existían, solo había buena voluntad, prueba, error y corrección.

Han pasado muchos años desde esos primeros experimentos, y tanto los medios digitales como los conceptos que nos ayudan a entenderlos han alcanzado otro nivel.

En una siguiente etapa, ya en el marco de la web 2.0 conocida como la web social o participativa, empiezan a aparecer los denominados medios "nativos", que son netamente digitales y no tienen un antecedente en medios tradicionales.

Son espacios nuevos que brotan de la iniciativa ciudadana o de periodistas de medios que buscan tener sus propios espacios de comunicación, algo impensable hace unos pocos años.

En el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, consideramos que es momento de hacer una evaluación que permita conocer el estado de los medios digitales de Ecuador.

Con esta iniciativa buscamos identificar a los medios digitales del Ecuador en Internet, realizar un breve diagnóstico de su presencia en el mundo virtual, determinar el uso y manejo que hacen de las redes o plataformas sociales, y establecer el grado de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Internet en el Ecuador

Internet en el Ecuador

En nuestro país Internet llegó en 1991, cuando la compañía Ecuanex facilitó el primer acceso gracias a un nodo establecido por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom, que forma parte de la red mundial del Institute for Global Communications/Alliance for Progressive Communications (IGC/APC), que provee este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo.¹

En ese entonces, gracias a Ecuanex accedieron a Internet instituciones como Acción Ecológica, Agencia Latinoamericana de Información Alai, Centro Andino De Accion Popular CAAP, Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas CONUEP, ahora SENESCYT, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Ecuador FLACSO, y la Universidad Andina Simón Bolívar.

Para octubre de 1992, un segundo nodo Ecuanet fue establecido por la Corporación Ecuatoriana de Información, una entidad sin fines de lucro auspiciada por el Banco del Pacífico, la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Esta red está conectada en forma directa al National Science Foundation Network (NSFNET), un programa norteamericano para promover la investigación y la educación, la conectividad usó el sistema de comunicaciones del Banco del Pacífico. Una de las condiciones establecidas en el convenio de acceso fue que las instituciones educativas y de investigación estarían exentas del pago mensual por la membresía.

Según Eduardo Béjar, especialista en nuevas tecnologías, el problema en ese tiempo era el costo del Internet, ya que un enlace de 64kbps vía radio en 98-99 costaba \$700 mensuales; no había mucha cobertura en las redes de cobre, evidentemente redes de fibra no existían y las opciones eran por vía telefónica mediante Dial-up o vía radio mediante antena inalámbrica.

En cuanto al uso que se daba a Internet, Bejar señala que "En el caso

Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

¹ Luis A. Fierro, Articulo Presencia del Ecuador en el Internet, 1995 http://pioneros.comunica.org/?p=246#more-246

de las personas era un uso de investigación y esparcimiento, para las empresas lo primordial era el correo electrónico, porque lo que buscaban era comunicarse y era más económico que usar el fax o hacer una llamada. Internet se expandió ya que, aparte de la investigación las personas usaban los sistemas de comunicaciones de textos, videos, etcétera, lo que conocemos como mensajería instantánea".

Varias instituciones nacionales en esa época, y bajo el dominio de Ecuanet, crearon sus propias páginas: Ecuanet (http://www.ecnet.ec/), la Universidad San Francisco de Quito (http://usfq.edu.ec), el Diario Hoy (http://www.ecnet.ec/hoy/hoy.htm), y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador - INEC (http://www.ecnet.ec/inec/inechome.htm).

La masificación del Internet en el Ecuador se inicia con el uso de exploradores gráficos Netscape, IE, Opera, el correo electrónico (email) se empieza a usar en los años 90 y compite fuertemente con el fax.

Por el mismo año aparecen numerosos proveedores de Internet. Actualmente existen más de 50 enfocados en nichos de mercado específicos: empresarial, usuarios finales, académicos, etcétera. En la década de 1990, Internet inicia su masificación en el Ecuador, aparecen en mayor número los cyber cafés y la mayoría de universidades cuenta con el servicio; escuelas y colegios lo incluyen paulatinamente.

Desde 1995 varias comunidades de usuarios e instituciones presionan para que los costos de acceso a Internet de banda ancha sean accesibles, tanto para el hogar como para las empresas, uno de ellos es el Foro de Internet que realiza su encuentro anual donde debate alternativas para bajar los costos de Internet. (http://www.imaginar.org/index archivos/ forointernet.htm)

En la década 2000-2010 el Internet se empieza a consolidar y las TIC son herramientas comunes para los negocios y para ciertos hogares privilegiados.

El uso de las blogs, redes sociales y las páginas personales son más comunes para 2005; además, se masifica el email e inicia la promoción comercial (mailing) para campañas políticas, promoción de bienes, productos o servicios y su uso en sistemas educativos.²

En 2007, el Ecuador incrementó su capacidad de conexión a Internet a través del cable submarino implementado por la empresa privada; la operadora Telefónica invirtió cerca de 35 millones de dólares para enlazar al Ecuador con el anillo de fibra óptica que pasa frente a nuestras costas y así incrementar la conectividad. Antes solo teníamos conexiones vía terrestre con Colombia y Perú.

Según las últimas cifras del ministerio de Telecomunicaciones, la

² Carlos Vera Quintana, Presentación sobre internet y su penetración Agosto 2008 http://www.slideshare.net/cveraq/historia-Internet-ecuador



penetración de Internet en el Ecuador a septiembre de 2012 fue de 54.58 % con 8'176.240 usuarios; en tanto que en el 2011 fue del 36.60 %, con 5'403.833 usuarios, lo que refleja un crecimiento de 17.98 %.

Según la Internet World Stats, el Ecuador, al 30 de junio de 2012 tiene un 43.8 % de penetración de Internet con más de seis millones de usuarios.

Los avances son significativos en este tema y se va consolidando un plan de inclusión digital liderado por el ministerio de Telecomunicaciones, bajo el nombre de: "Estrategia Ecuador Digital 2.0". Se aspira a que el 50 % de la población tenga acceso a banda ancha en cuatro años y que llegue al 70 % para 2016, según el ministro de Telecomunicaciones Jaime Guerrero.

La Estrategia Ecuador Digital 2.0 se basa en cuatro ejes fundamentales: equipamiento, conectividad, capacitación y aplicaciones y contenidos.

Con el Plan Nacional de Acceso Universal y Alistamiento Digital se promueve el acceso a las TIC por parte de todos los ciudadanos, sobre todo al Internet, incluyendo a educadores, profesionales de la salud, funcionarios públicos, etcétera, a través de programas de alfabetización digital.

El segundo plan, correspondiente al Gobierno Digital, incorpora aplicaciones, contenidos y servicios de gobierno electrónico, públicos y en línea, para mejorar la eficiencia de los servicios con la implementación de portales de acceso ciudadano. Este plan incluye la creación del Sistema Nacional del Registro de Datos Públicos, modernización del Sistema Nacional del Registro Civil, entre otros.

Finalmente, el tercer Plan Nacional de Banda Ancha busca masificar el Internet en el país, dando prioridad a las zonas rurales. Así, se espera que para 2015 el 50 % de la población tenga conectividad, y aumentar la penetración de telefonía fija, velocidad de banda ancha, etcétera.



Antecedentes de los medios digitales

Antecedentes de los medios digitales

Tras algunas experiencias previas en redes y servicios digitales privados, 1994 fue el punto de partida para los cibermedios en la Web pública mundial cuando los conglomerados mediáticos voltearon sus ojos a la red de redes.

A comienzos de 1995, uno de los grandes medios *The Washington Post* (Washingtonpost.com) dio sus primeros pasos en Internet. Para su versión electrónica se creó la compañía Digital Ink, que administraba y desarrollaba los servicios de información electrónica de post, accesibles esencialmente en Internet.

Para finales de 1996, el sitio atrae a numerosos internautas del extranjero que encuentran las primeras informaciones noticiosas en Internet.

En España también se daban los primeros pasos en Internet, con la paulatina puesta en marcha de Infovía, de la compañía Telefónica. "Dos diarios prueban sus ediciones informáticas" fue el titular del diario *El País*, del 7 noviembre de 1994.

En el Ecuador, también en 1994, la página web del diario Hoy es puesta en línea convirtiéndose en el primer diario online del Ecuador.

Durante sus primeros años de vida, los cibermedios han experimentado un desarrollo impresionante, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Su número en todo el mundo alcanzó las decenas de miles, quizá centenares de miles, incluso; solo en España en el año 2005, un grupo de investigadores de diversas universidades llegó a censar más de 1.274 'cibermedios', el 60 % de información general y 513 (40,2 %) de información especializada.

Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador
2012

Ha pasado poco tiempo para que los cibermedios hayan alcanzado una gran masificación, a tal punto que un 79 % de los diarios del mundo ya posee ediciones electrónicas.³

Según el informe State of media 2011, del proyecto excelencia en el periodismo del Pew Research, "El año pasado fue un año histórico para las noticias en línea. Por primera vez, el total de publicidad en línea superó el de los periódicos impresos. Y, en otro número uno, más gente reporta ahora estar recurriendo periódicamente hacia Internet para noticias que a un diario impreso".⁴

Con el creciente uso y acceso a la tecnología, estos espacios digitales se han convertido en una alternativa para informar a diversos públicos y llegar con nuevos contenidos a miles de usuarios.

No cabe duda que son medios distintos a sus predecesores, pero esto no significa que hayan alcanzado su máxima evolución, por el contrario, los cibermedios parecen encontrarse en un estado de desarrollo permanente y con mayor adopción por parte de los usuarios.

La experimentación en estos medios esta a la orden del día, pues no existen formatos que puedan considerarse únicos o parámetros definitivos que nos permitan regir el trabajo informativo de los medios digitales.

Gracias a las nuevas tecnologías, los medios digitales tienen posibilidades de transmitir información en diversos formatos: audio, video, texto y fotografía, aunque estos en su forma matricial sean radio, periódicos o televisión.

Este nuevo grupo de medios se convierte en un interesante objeto de estudio, de ahí que es importante determinar cuáles son, cómo trabajan y cómo se relacionan con sus usuarios.

En algunos países ya existen estudios sobre los medios de comunicación, así, en los Estados Unidos anualmente se realiza el estudio "State of News Media" que no solo se limita a los medios digitales, sino que aborda los medios en general para indagar su estado, crecimiento, financiamiento y audiencias. Disponible en http://stateofthemedia.org/.

En Colombia se realizó un estudio llamado "Periodismo Digital en Colombia 2010, El quién y el cómo de los nuevos medios", donde se realiza un acercamiento al trabajo e iniciativas de medios digitales. Disponible en: http://www.consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio_medios_digitales_2010.pdf.

El CIESPAL en el año 2010 realizó el primer estudio denominado "Web 2.0 y medios digitales de Ecuador" que aborda este único aspecto. Disponible en: http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-

4 http://stateofthemedia.org/ State of media 2011 pág:14



³ Cuadernos de Comunicación. 2009. Destacados, Número 1, Fernández-Fígares Romero de la Cruz, María Dolores, GLOBALIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN http://cdc.escogranada.com/2009/03/globalizacion-y-medios-de-comunicacion/

web-20-y-medios-.html

"Loscibermediosen Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación" es un estudio realizado por Diana Rivera, de la Universidad Técnica Particular de Loja. Disponible en: http://dspace.usc.es/handle/10347/3712

La misma autora, junto a Diana Banegas Michay, publican en julio de 2012 el estudio "Análisis de la empresa informativa impresa y digital de Ecuador", que se enfoca en la conformación de los medios digitales, Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/rypant/N/N79/V79/54
BanegasRivera V79.pdf

Otro estudio de José Rivera en el ámbito de los medios digitales es "Ciencia y Tecnología en los medios digitales ecuatorianos", realizado en 2012 y que aborda única y exclusivamente lo que publican los medios digitales ecuatorianos en los temas científicos y tecnológicos. Disponible en: http://tikinauta.com/blog/?p=55626

Con estos antecedentes, buscamos realizar en el Ecuador un inventario de medios digitales en Internet que provengan de medios de comunicación matriciales (prensa, radio y televisión), así como los medios de comunicación nativos digitales (nacidos en Internet), para comprender cómo se han adaptado en el nuevo entorno mediático.

Este inventario fue concluido y publicado en agosto de 2012 y es accesible públicamente en la dirección www.ciespal.net/directorio.

Este directorio tiene actualmente 264 medios: entre periódicos, radios, revistas, canales de televisión que poseen un sitio web y medios nativos de Internet, con sus respectivos datos de contacto y direcciones electrónicas.

No integra blogs personales ni grupales, contempla solamente sitios con dominio propio que investiguen, elaboren y difundan información noticiosa, periodística, de actualidad e interés público, que cuenten con secciones establecidas y que se actualicen con regularidad.

Está presentado de tal forma que permite realizar consultas escogiendo el tipo o el nombre del medio que desea encontrar, además puede emplear filtros como: el nombre del medio, ciudad y provincia.

Una de las ventajas del sistema de este directorio on line es que los usuarios, sin necesidad de registro previo, pueden enviar información de medios de comunicación digital para ser integrados tras la revisión de un moderador.

Para sugerir un nuevo sitio se ha integrado el botón "Añadir entrada", que permite la construcción del inventario de manera colectiva, esta iniciativa está funcionado, pues el número de medios del directorio se incrementó desde su publicación.



Los medios digitales en el Ecuador, visión histórica

Los medios digitales en el Ecuador, visión historica

En el Ecuador, el primer intento de medio digital o cibermedio fue el boletín informativo del diario *Hoy* que apareció en 1995. En ese momento constituyó el único nexo para cientos de ecuatorianos en el exterior.

Diego Araujo, subdirector de información del diario *HOY, dice:* "Este diario es el primer medio de Sudamérica que tuvo el periódico en línea... Una primera motivación fue la innovación tecnológica, pero conforme se fue acentuando el fenómeno migratorio y se cuenta con grupos de ecuatorianos tan importantes en el exterior, se consolidó el proyecto del periódico en línea".⁵

Este boletín era un resumen diario de noticias. El servicio tomó relevancia en el conflicto fronterizo de 1995.

La empresa Servidatos, parte del grupo *Hoy*, creó en lo posterior una página Web que ofrecía una versión gráfica de la primera página del diario, así como información adicional, incluso con una versión electrónica del suplemento "La Epopeya del Cenepa".

Otro de los pioneros, según el blog Cobertura Digital, de Christian Espinoza, es el diario *El Comercio*. En 1996 su página principal era una "nota escaneada de la edición impresa, con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones". ⁶ En ese tiempo estar en Internet en Ecuador constituía todo un logro.

Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

⁴ Pamela Cruz, cita a Diego Araujo, subdirector de información de diario (Hoy, 13 de febrero del 2008) Comunicación y migración: análisis de un proceso de interactividad en los periódicos on line del Ecuador. tesis de maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación. Quito: FLACSO – Ecuador. Pág. 32.

⁴Christian Espinosa, Posteado en 2008 http://www.coberturadigital.com/2005/09/12/3er-rediseno-de-el-comerciocom/

Según el mismo blog, para 1999 este medio ya contaba con una edición mucho más parecida a la impresa. Continuaba siendo plana pero estaba mejor organizada. En 2000 ya incorporó menú de navegación y banners. Ya tenía servicio de titulares al e-mail.

Espinoza afirma que en 2001 este diario, en su versión de Internet, incluyó una sección de instantaneidad llamada "Lo último" y una sección especial de la versión digital para migrantes. Apareció una opción para ver el archivo en forma manual y secciones propias de entretenimiento como "cachos".

Luego de toda esta evolución se estancó hasta 2005, año en que incorporó audios y multimedia, como un primer intento de convergencia con radio Quito, del mismo grupo de medios.

Este diario realizó en 1995 un convenio con la empresa yupi.com para su sexto rediseño web, muy parecido a lo que hiciera en ese tiempo el diario El Clarín, retirando el menú de navegación izquierdo de la página principal para suplantarlo por una noticia principal y crear un cabezote extra con el link "secciones". Tenía aportes como incrementar la interactividad del sitio en un solo espacio con llamados "Ver", "Oír", y "Participar" que antes estaban diseminados en la página del medio. 7

En la investigación "Web 2.0 y medios digitales de Ecuador", realizada en 2008, se establece que en la versión digital de los medios impresos la información no es editada para formato web; existen casos excepcionales donde se hace esto pero,por regla, lo que sale en el impreso se publica textual en el medio digital.

El diario El Universo, históricamente, es uno de los que más visitas tiene, según la página web Alexa.com. Está en Internet desde 1997 y la página que publicó en esa época estaba realizada en tablas en html, gráficos fijos de baja calidad, en la cabecera e integró un menú lateral con enlaces a sus secciones.

En la página principal solo presentaba una noticia sin foto, un editorial en la derecha y el menú en la izquierda, no había opciones de contacto ni los datos del medio.

Después de algunas adaptaciones, principalmente en la estructura del sitio, que no contemplaban integrar redes u otras plataformas, en 2008 realizó un rediseño muy fuerte, que distribuyó de mejor manera la información e integró algunas herramientas especialmente redes sociales.

En cambio, el diario El Comercio está ya en su noveno rediseño y ha superado los problemas de interoperabilidad con otros navegadores, como es el caso de Chrome o Firefox.

El diario *La Hora* aparece en Internet en 1998 presentando un sitio con tablas en HTML con una buena distribución de secciones en la portada,

Medios digitales

fotos en baja calidad y un fondo con el logotipo del medio.

El menú lateral se dividía en lectura, servicios, especiales y diversión, cada uno con subitems que permitían una navegación simple hacia los contenidos.

Al final de la tabla integraba vínculos directos hacia todas las noticias publicadas por secciones para facilitar el acceso a la información.

Los diarios Expreso y Extra con sus dominios Expreso.ec y extra.ec aparecen en 2007, aunque no se confirma si tenían otros dominios con los que exista información registrada.

Los rediseños realizados por los medios de comunicación a través de la historia se pueden constatar en la página Archive.org, donde, clasificados por años, podemos revisar las distintas estructuras y diseños, un ejercicio indispensable para quienes hacen observación y seguimiento de medios digitales, que nos permite observar la evolución de los medios digitales.



Metodología

Metodología

Para la realización del presente trabajo usamos varios métodos de investigación y diversas fuentes informativas que nos permitieron obtener una imagen muy cercana a la cantidad y realidad de los medios digitales del Ecuador.

El primer listado de medios incluidos en el estudio fue el de los concesionarios de radio y televisión del Ecuador, que maneja la Superintendencia de Telecomunicaciones, allí se encuentran todos los canales de televisión y emisoras de radio con señal abierta.

Las guías de medios de comunicación existentes constituyeron una segunda fuente de información: el "Directorio de la comunicación Ecuador 2011", de la Asociación de prensa extranjera en Ecuador, APE, y la "Guía de la comunicación 2011-2012", de AS Producciones.

Con estas bases de datos se buscó en Internet para constatar si estos medios de comunicación poseen versiones digitales de sus medios, en el caso de tenerlas, se realizó la observación y registro del cumplimiento de los parámetros planteados por el estudio.

En el caso de los medios impresos con versión digital y de los medios exclusivamente digitales se realizó búsquedas exhaustivas con los buscadores Google y Bing, utilizando como criterio palabras que definen a medios que emiten información noticiosa y los nombres de las provincias.

Para hacer más exhaustivo el estudio invitamos a los medios digitales a que envíen sus datos a través de un registro de medios en línea realizado en el marzo de 2012 mediante la dirección www.ciespal.net/registro.

Se convocó a medios informativos que funcionen exclusivamente en Internet, entre ellos: periódicos, radios, revistas, canales de video, este registro no tomó en cuenta blogs personales ni grupales, contempló solamente sitios con dominio propio que investiguen, elaboren y difundan información noticiosa, de actualidad e interés público, que cuenten con secciones establecidas y que se actualicen con frecuencia.

Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador
2012

Otro mecanismo de investigación utilizado fue elaborar y enviar una carta para los directores de Comunicación de los gobiernos autónomos descentralizados en las capitales de las 25 provincias, en la que se solicitaba información acerca de los medios digitales locales que conozcan.

Identificados los medios, se procedió a clasificar por categorías y a validar la matriz observando los parámetros propuestos:

- 1. El total de medios digitales del Ecuador, con sus datos de contacto correspondientes, disponible en www.ciespal.net/directorio
- 2. Las secciones y el tipo de información que publican (nacional, lçinternacional, local) para determinar los ejes temáticos que aborda cada medio.
- 3. Determinar el nivel de actualización de los medios digitales del Ecuador, si es diaria, semanal, quincenal o mensual.
- 4. Verificar si realizan actualizaciones bajo el criterio de inmediatez con noticias importantes y en desarrollo.
- 5. Determinar las redes sociales y plataformas digitales que integran para difundir su trabajo periodístico: Facebook, Twitter, Rss, youtube, etcétera.
- 6. Establecer el grado de hipertextualidad mediante el uso de enlaces.
- 7. Determinar la multimedialidad mediante el uso de infografía animada, galería fotográfica, descargas, videos, podcast, transmisión en vivo.
- 8. Interactividad comentarios, mensajes, chat, blogs y encuestas.

Se realizó un análisis detallado de todos y cada uno de los medios integrados en el estudio, para lo que se diseñó una tabla en Excel, donde se agregó los datos codificados y se procedió a obtener los resultados finales.

En la primera fase de la investigación, unicamente, se procedió a buscar en Internet los medios que ahí aparecían, para luego realizar un análisis más detallado de los mismos; en la segunda fase de la investigación se encontraron algunas novedades, entre ellas varios medios pusieron sus páginas en mantenimiento y en otros las páginas ya no se encontraban activas (fuera de línea). Como anexo se incluye una tabla con los medios que tenían sus páginas en mantenimiento, y en la que constan los que no pudieron ser observados dentro de la investigación.



Estado de los medios digitales en el Ecuador

Estado de los medios digitales en Ecuador

Según el último censo de población y vivienda realizado en 2010, el Ecuador tiene 14,3 millones de habitantes, según ese mismo estudio, contrastado con las cifras que manejan el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de Información (MINTEL), existe un 31,4 % de personas que afirman haber accedido a Internet en 2010. La última cifra que brindó el MINTEL en 2012 fue en septiembre, un 54.58 % de la población afirma haber accedido a Internet lo que representa 8'176.240 usuarios.

Si bien ahora nuestro país está por la media de los países con mayor penetración en América Latina, podemos decir que existe un creciente uso de Internet por parte de los ecuatorianos.

Muchas son las posibilidades que las personas encuentran en Internet: entretenimiento, comunicación, servicios, y el indispensable acceso a la información, que hoy más que nunca, es un derecho inembargable, imprescriptible e inalienable.

Nos encontramos frente a un nuevo escenario en lo mediático, la aparición de nuevos y diversos medios digitales que plantea nuevas formas de producción y difusión de contenidos en constante evolución.

Mucho ha pasado desde 1994, año que marcó el punto de partida de los medios digitales en nuestro país. Eran épocas en las que se veía a Internet como un competidor de su trabajo; en la actualidad, los medios de comunicación ven en el Internet un aliado estratégico para difundir sus contenidos con un alcance global que rompe todos los esquemas tradicionales.



Este estudio demuestra ese hecho identificando un total de 254 iniciativas, la mayoría versiones de medios de comunicación tradicionales en los que se incluyen radio prensa y TV, y un buen porcentaje de medios que trabaja exclusivamente en Internet.

Medios por su procedencia

En el estudio se determina que existen 254 medios de comunicación, de los cuales la mayoría pertenece a medios tradicionales, periódicos, radios, revistas, canales de televisión. Únicamente 34 medios nativos digitales forman parte del estudio.

Para definir mejor nuestro objeto de estudio, los medios digitales, vamos tomar los conceptos de Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, quienes, en su *Manual de Redacción Ciberperiodistica*, definen a los cibermedios o medios digitales como: "Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos".

Mucho más definido, Salaverria, en su texto 10 años de los Cibermedios, propone: "Por tales entendemos aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas".

Para establecer el tipo de medios que existen por su origen, apelamos a Mariano Cebrián, que en su texto *Comunicación interactiva en los cibermedios* nos plantea esta diferenciación:

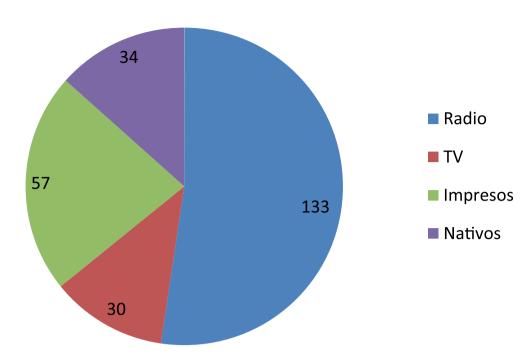
"Cibermedios matriciales, los que están en Internet y tienen origen en papel, como la prensa, o mediante difusión electrónica, como la radio y la televisión. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a Internet".

Cibermedios nativos, los nacidos dentro de Internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasan por un proceso de mestizaje hasta que, poco a poco, van adquiriendo sus características específicas.



Gráfica 1. Medios por su procedencia

Medios por procedencia

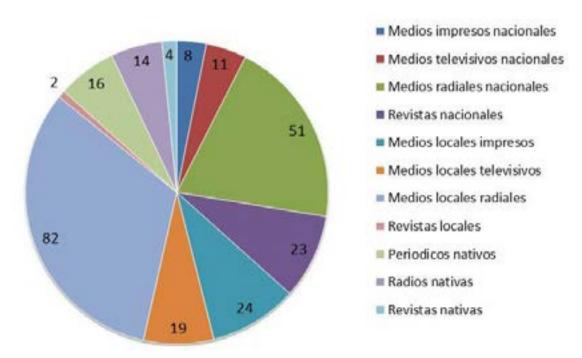


La gran cantidad de emisoras de radio tradicionales a nivel nacional y local se ve reflejada en este estudio; los sitios web de radios llevan la delantera a los otros medios; incluyendo a las radios nativas digitales, tenemos en el Ecuador 114 radios que emiten regularmente contenidos por Internet.

Para determinar con exactitud el origen de los medios matriciales se realizó la observación tomando en cuenta la circunscripción territorial, se clasificaron medios que se distribuyen y emiten a nivel nacional y los medios locales; los medios digitales únicamente se los clasifica como nativos y su alcance es global.

Las provincias con mayor número de medios digitales se ubican en el siguiente orden: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro.

Gráfica 2. Total de medios digitales en el Ecuador 254



Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador

2012

Como resultado del estudio se identifican provincias en donde no existen medios digitales, entre las que se encuentran: Napo, Orellana, Zamora Chinchipe y Carchi.

La provincia que cuenta con mayor número de medios nativos digitales es Pichincha, seguida por Guayas.

Medios por provincia

Pichincha: tres impresos nacionales, un impreso local, 15 revistas nacionales, 30 radios nacionales, dos radios locales, cinco canales TV nacionales, un canal TV local, 11 nativos periódicos, seis radios nativas digitales, tres revistas nativas digitales.

Total: 77

Guayas: cinco impresos nacionales, dos impresos locales, ocho revistas nacionales, 20 radiales nacionales, un radial local, seis televisivos nacionales, tres televisivos locales, dos nativos periódicos digitales, una radio nativa digital, una revista nativa digital.

Total: 49

Azuay: tres impresos locales, dos revistas locales, 16 radio locales, dos canales locales, un periodico nativo digital, una radio nativa.

Total: 25

Loja: dos impresos locales, cinco radiales locales, dos televisivos locales, un nativo radial.

Total: 10

Cañar: un impreso local, seis radiales locales, tres canales de TV locales.

Total: 10

Chimborazo: dos medios impresos locales, ocho radiales locales, un canal TV local, una radio nativa digital.

Total: 12

Tungurahua: un impreso local, cinco radio locales, dos canales de TV locales, una radio nativa local.

Total: 9

Cotopaxi: un medio impreso local, un radial local, un periódico nativo local.

Total: 3



Napo: No registra

Orellana: No Registra

Morona Santiago: dos radiales locales.

Total: 2

Pastaza: tres radiales locales, un periódico nativo digital, una radio nativa digital.

Total: 5

Sucumbíos: dos radiales locales

Total: 2

Zamora Chinchipe: No registra

Bolívar: tres radiales locales

Total: 3

Carchi: No registra

Imbabura: dos impresos locales, cinco radiales locales, dos televisivos locales.

Total: 9

El Oro: dos impresos locales, siete radiales locales, una radio nativa digital.

Total: 10

Los Ríos: un medio impreso local, tres radios matriciales locales.

Total: 4

Esmeraldas: dos radiales matriciales locales.

Total: 2

Manabí: cuatro impresos locales, cinco radiales locales, dos canales TV locales.

Total: 11

Santa Elena: tres radiales locales, un canal local

Total: 4



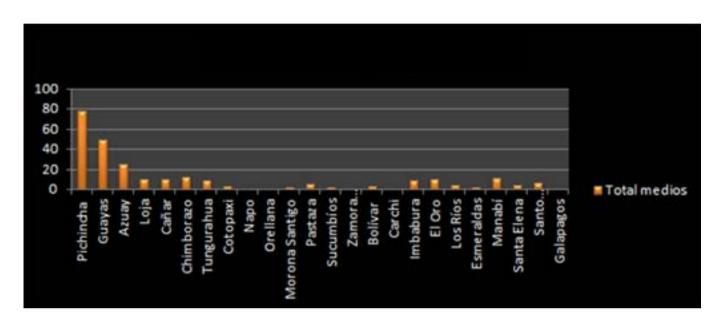
Santo Domingo de los Tsáchilas: dos impresos locales, un radial nacional, dos radiales locales, un radio nativa digital.

Total: 6

Galápagos: 1 radial local

Total: 1

Gráfica 3 Total de medios digitales en Ecuador





PICHINCH A

- 3 im presos nacionales
- 1 im preso local
- 15 revistas nacionales
- 30 radios nacio nales 2 radios locales
- 5 canales TV nacionales
- 1 canal TV local
- 11 na tivos periódicos
- 6 radios na tivas digitales
- 3 revistas nativas digitales.

TOTAL: 77

5 impresos nacionales

- 2 impresos locales
- 8 revistas nacionales
- 20 radiales nacionales
- 1 radial local

GUAYAS

- 6 televisivos nacionales
- 3 Televisivos locales
- 2 nativos periódicos digitales 1 radio nativa digital
- 1 revista nativa digital.

TOTAL: 49

CHIMBORAZO

- 2 medios impresos locales
- 8 radiales locales
- 1 canal TV local 1 radio nativa Digital.

TOTAL: 12

MANABÍ

- 4 impresos locales 5 radiales locales
- 2 canales TV locales

TOTAL: 11

IMBABURA

PASTAZA

3 radiales locales

1 periódico nativo digital

1 radios nativas digitales.

AZUAY

3 impresos locales

2 revistas locales

16 radio locales

2 canales locales

1 nativo digital

1 radio nativa.

CAÑAR

1 impreso Local

6 radiales locales

3 canales de TV locales

- 2 impresos locales
- 5 radiales locales
- 2 televisivos locales

TOTAL: 9

TOTAL: 5

TOTAL: 10

TOTAL: 25

LOJA

- 2 impresos locales
- 5 radiales locales
- 2 televisivos locales 1 nativo radial.

TOTAL: 10

EL ORO

- 2 impresos locales 7 radiales locales
- 1 radio nativa digital

TOTAL: 10

TUNGURAHUA

- 1 impreso local
- 5 radio locales
- 2 canales de TV locales 1 radio nativa local

TOTAL: 9

SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

- 1 radial nacional
- 2 radiales locales 1 radfo nativa digital.

TOTAL: 6

LOS RIOS

1 medio impreso local 3 radios matriciales locales

TOTAL: 4

SANTA ELENA

3 radiales locales

1 canal local

TOTAL: 4

BOLIVAR

3 radiales locales

1 medio impreso local 1 radial local

COTOPAXI

1 periódico nativo local

TOTAL: 3

SUCUMBIOS

2 radiales locales

ESMERALDAS

- 2 radiales matriciales locales.

MORONA SANTIAGO GALAPAGOS

1 radial local -2 radiales locales

ORELLANA

No registra

ZAMORA CHINCHIPE

No registra

No registra

No registra

Mapa medios digitales del **Ecuador** 2012

Medios nativos digitales Ecuador 2012

PICHINCH A

11 nativos periódicos 6 radios nativas digitales TOTAL: 20 3 revistas nativas digitales

GUAYAS

2 periódicos nativos digitales TOTAL: 4 1 radio nativa digital 1 revista nativa digital

AZUAY

1 periodico nativo digital TOTAL: 2 1 radio nativa.

CHIMBORAZO

1 nativo radial. TOTAL: 1

EL ORO

1 nativo radial.

TOTAL: 1

PASTAZA

1 periódico nativo digital TOTAL: 1 1 nativo radial.

TUNGURAHUA

1 nativo radial.

TOTAL: 1

SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

1 nativo radial.

TOTAL: 1

COTOPAXI

1 periodico nativo local TOTAL: 1

LOJA

1 nativo radial.

TOTAL: 1

Total:34

IMBABURA

No registra medios nativos

MANABÍ

No registra medios nativos

ESMERALDAS

No registra medios nativos

BOLIVAR

No registra medios nativos

ZAMORA CHINCHIPE

No registra medios nativos

SUCUMBIOS

No registra medios nativos

SANTA ELENA

No registra medios nativos

LOS RIOS

No registra medios nativos

No registra medios nativos

GALAPAGOS

No registra medios nativos

CARCHI

No registra medios nativos

ORELLANA

No registra medios nativos

No registra medios nativos

MORONA SANTIAGO

No registra medios nativos





Periódicos matriciales nacionales

Periódicos matriciales nacionales

En los medios impresos analizados se incluyen *El Comercio, Hoy, La Hora, Extra, El Universo, El Telégrafo, Expreso, Súper y PP El Verdadero.*

Secciones y tipo de información que publican

Las secciones que registran más porcentaje de coincidencia son: Actualidad, que se constituye en un canal genérico para informar acerca de los últimos acontecimientos; Deportes; el también genérico Noticias, seguidos de Opinión, Nacional, Internacional, Economía y negocios, en menor proporción están las secciones Ciudad, Sociedad, Salud y Entretenimiento.

En su mayoría publican información nacional seguida de información local, priorizando la ciudad donde se edita el diario, luego información regional y, finalmente, información corporativa en menor proporción.

Actualización de la información

Los impresos, en sus versiones digitales actualizan la información a diario y también se determina que aplican inmediatez para los hechos

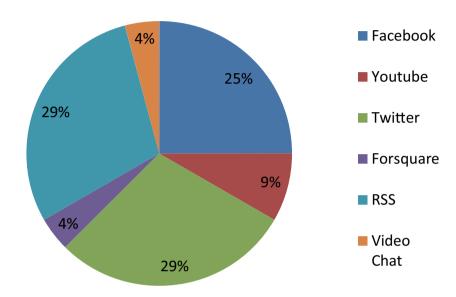


noticiosos importantes integrando módulos en la página de inicio.

Redes sociales, servicio RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales.

Gráfica 4. Medios matriciales uso de redes sociales

Herramientas y web 2.0

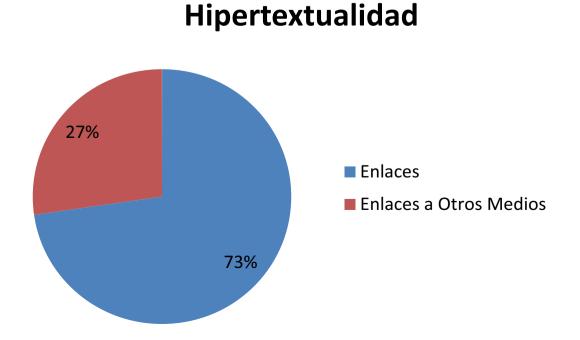


Seis de los siete medios Integran Facebook como Fan page, todos los medios integran Twitter, Youtube solamente dos y Foursquare solamente el diario Hoy, con relación al RSS, a excepción del diario *Súper* todos integran este servicio de sindicación de contenidos.

Hipertextualidad

Los medios de comunicación impresos matriciales, en su mayoría, hacen uso de hipervínculos enlazando principalmente a otras fuentes informativas,

Gráfica 5. Medios impresos matriciales e hipertextuales



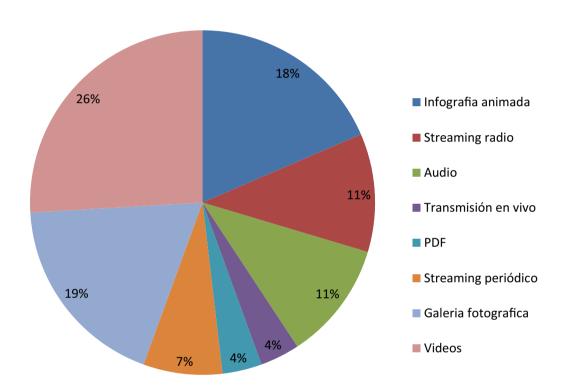


en mayor número, pero también a otros medios de comunicación.

Multimedialidad

El uso de multimedia en las versiones digitales de los medios impresos tiene a su mayor exponente en el uso del video, pues todos los medios lo integran, cinco medios impresos usan infografías animadas para presentar información, el mismo número de medios usan galerías fotográficas

Gráfica 6. Medios impresos matriciales y multimedialidad



como recurso periodístico; a pesar de ser medios impresos, dos integran reproductores o vínculos de radio y en el mismo número trabajan con podcast.

Interactividad

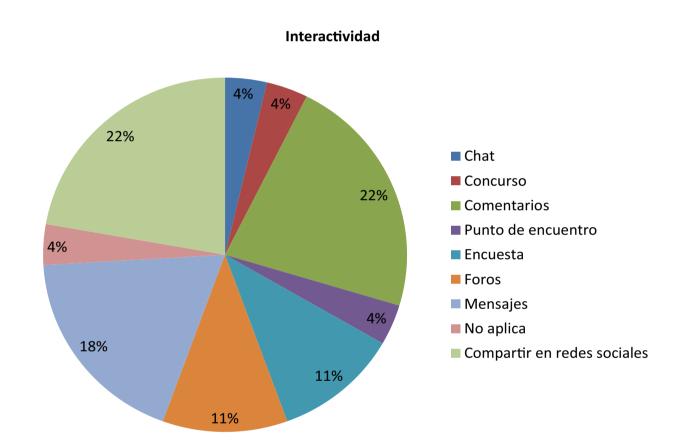
La herramienta de interactividad más usada son los comentarios, cinco de los siete medios los integran y se identifica gran actividad, también están en este mismo rango los botones para compartir el contenido a las redes sociales, le siguen mensajes, foros y encuestas.

También cinco de los siete diarios integran herramientas para compartir el contenidos en las redes sociales y es la segunda herramienta más utilizada, le sigue mensajes y foros que los integran tres medios.



Nota del editor: Al momento de presentar este estudio se puede verificar que medios como *El Comercio* suprimieron los comentarios de sus versiones digitales desde septiembre de 2012; *El Universo, Expreso*, diario *Extra* también lo hicieron, únicamente diario *Hoy* y Ultimas Noticias mantienen los comentarios pero con un registro previo para los usuarios.

Gráfica 7. Medios impresos matriciales e interactividad





Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Periódicos matriciales locales

Periódicos matriciales locales

Dentro de esta categoría se integran los medios: *Metro Ecuador, El Nuevo Empresario, La Verdad, Centro, El Clarín, Crónica (regional), Centinela, Portada, El Heraldo (regional), La Gaceta, La Tarde, El Mercurio de Cuenca (regional), El Tiempo, Correo, Opinión, La Verdad, El Norte, La Marea, El Nuevo Globo, El Diario, Los Andes (regional zona centro), La Prensa, Colorado.*

Secciones y tipo de información que publican

En su mayoría, los diarios matriciales locales publican información de su ciudad bajo distintas denominaciones, la sección en la que más coinciden es la de Deportes seguida de Opinión.

La sección Ciudad también fue una de las más importantes, seguida de Nacional y Política, se identifica la integración de área de contactos y de Información Corporativa.

En estos medios, la mayor cantidad de información es local, seguida de la información regional, nacional, internacional y finalmente la institucional.

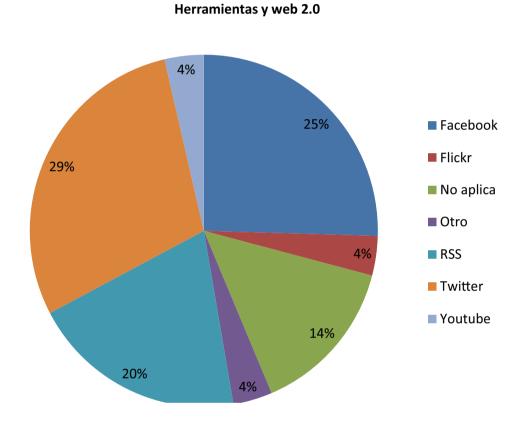
Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Actualización de la información

La actualización es diaria en 21 medios y semanal en solo tres de los casos estudiados; en cuanto a la inmediatez, la gran mayoría actualiza los hechos importantes en cuanto ocurren, solo cuatro medios no realizan esa actualización.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Gráfica 8. Herramientas y web 2.0 en medios impresos locales



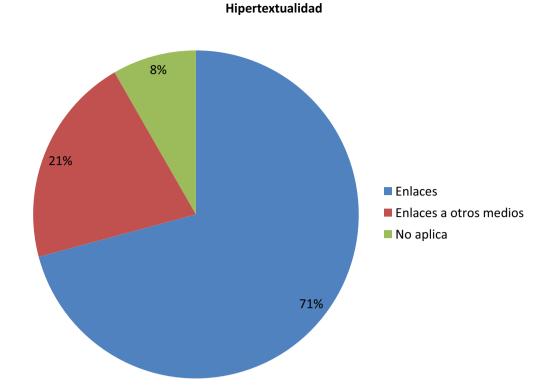
16 de los 20 medios estudiados integran algún tipo de plataforma digital, herramienta o red social; la principal tendencia en estos medios es usar Twitter con 16 medios y Facebook con 14, principalmente las usan para la difusión de información; youtube es integrado solamente por dos medios y usan otras plataformas para publicar videos, y el RSS lo implementan 11 medios.

Hipertextualidad

Solo dos de los 24 medios no integran ningún tipo de enlaces en sus notas informativas, 17 medios incluyen enlaces hacia otros sitios web que complementan la información, y cinco es decir un 21 %, integran enlaces contextuales a otros medios de comunicación.

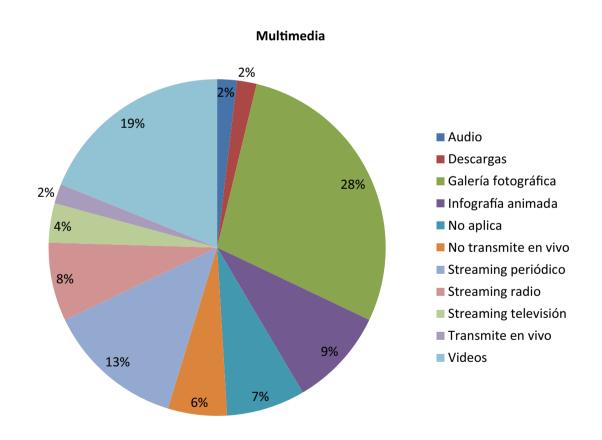


Gráfica 9. Hipertextualidad en medios impresos locales



Gráfica 10. Multimedialidad en medios impresos digitales

Multimedialidad



15 de los 24 medios integran galerías fotográficas, lo que corresponde a un 28 % de uso de la herramienta, y se constituye en la más utilizada por los medios impresos locales digitales; hay 10 medios que publican regularmente videos, y siete que hacen streamig periódico de contenidos, especialmente desde la redacción del medio; cinco medios usan infografías animadas como parte de la difusión de contenidos periodísticos.

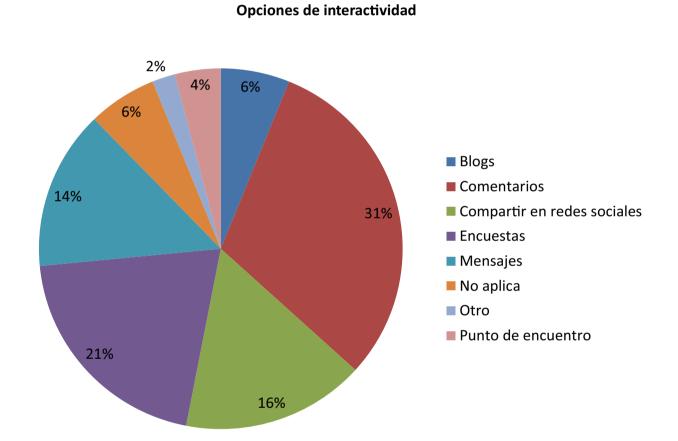


Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Interactividad

15 medios integran comentarios como parte de la interactividad porque son accesibles y sencillas de usar para los usuarios, esto, en el total del ponderado representa un 31 %; las encuestas son la segunda opción en importancia con 10 medios que las integran con un 21 %; solo ocho medios integran la herramienta para compartir en redes sociales, lo que representa un 16 %; mensajes al medio también se sigue usando y, finalmente, muy pocos integran blogs.

Gráfica 11. interactividad en medios impresos locales





Revistas matriciales nacionales

Revista matriciales nacionales

En esta observación fueron incluidas las revistas: Vanguardia, Lideres, PC Wrold, Emprendedores, Generación 21, Acelerando, Xona, Ele, G21 Kids, Cometa, Hoy Domingo, Sophia, Familia, Estadio, Cosas, Vistazo, La Verdad, El Agro, Hogar, Banano Export, La Onda, Revista Mariela, Fútbol Ecuador.

Secciones y tipo de información que publican

Las revistas que se distribuyen a nivel nacional y están en línea publican en su gran mayoría información corporativa, la sección de contactos ocupa el segundo lugar de importancia seguida de actualidad, secciones propias de cada medio, canales para registro, y coinciden en líneas de noticias, deportes y opinión, pero en menor proporción.

Tipo de información

La información principalmente es nacional, existe en menor grado internacional y un mínimo de información local. Todos los medios publican información promocional.



Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador
2012

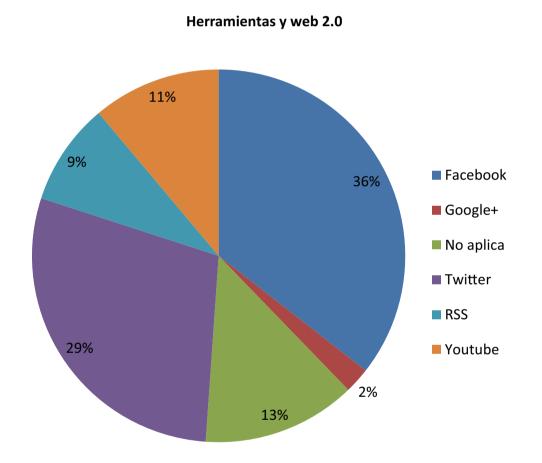
Actualización de la información

La mayoría de revistas hace coincidir la publicación de su edición impresa con la actualización de la información en su sitio, solo cinco de las 23 incorporadas en el estudio actualizan a diario, 13 lo hacen de forma mensual, una quincenal y cuatro con periodicidad semanal.

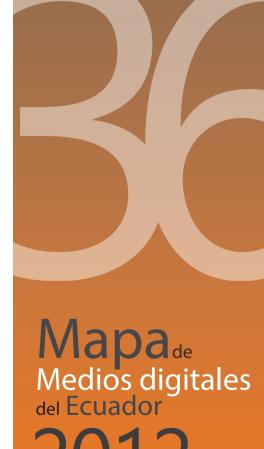
Ninguna aplica el criterio de la inmediatez, todas las revistas publican reportajes de temas actuales, en algunos casos abordados con profundidad y en otros de forma muy ligera; no publican noticias del día a día.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Gráfica 12. Herramientas y plataformas web revistas nacionales



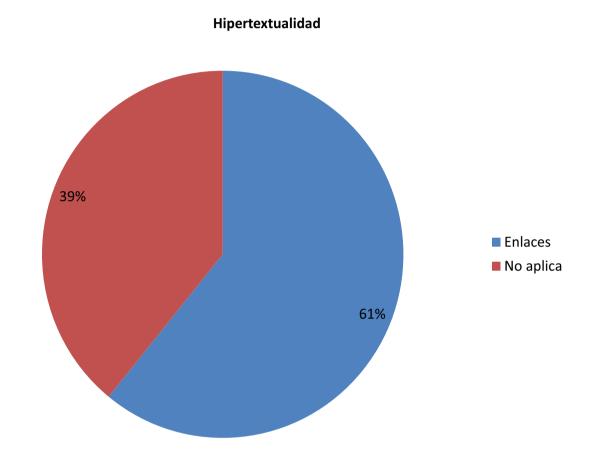
Un 13 % de revistas no integra ningún tipo de herramientas ni redes, la red social que más usan es Facebook con 16 medios y la plataforma twitter con 13 medios, en menor grado; también se identifica el uso de canales como youtube con cinco medios, y un reducido porcentaje de medios que integra la red Google+; hay cinco medios que no integran ningún tipo de herramienta.



Hipertextualidad

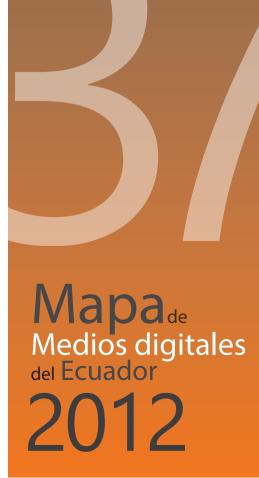
Más del 61 % de las revistas, es decir 14, integran hipervínculos en sus publicaciones, sin embargo existen otras nueve que no integran en sus contenidos ningún tipo de enlaces.

Gráfica 13. Hipertextualidad en revistas nacionales digitales

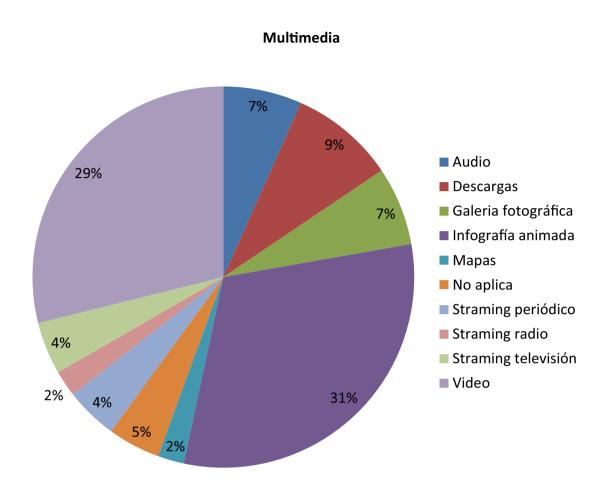


Multimedialidad

Un 31 %, es decir 14 revistas utilizan infografías para resumir su información; el uso del video es frecuente en 13 medios; publican materiales y dosiers en pdf para descarga solo cuatro; galerías fotográficas, solo tres; y reportes sonoros, tres. Solo ds revistas no integran ningún elemento.

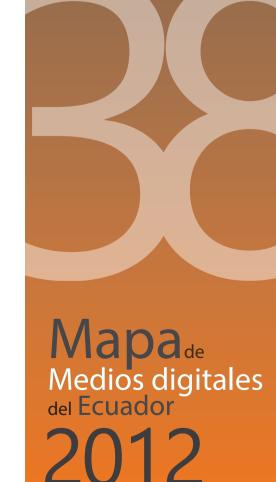


Gráfica 14. Multimedialidad en revistas nacionales digitales.



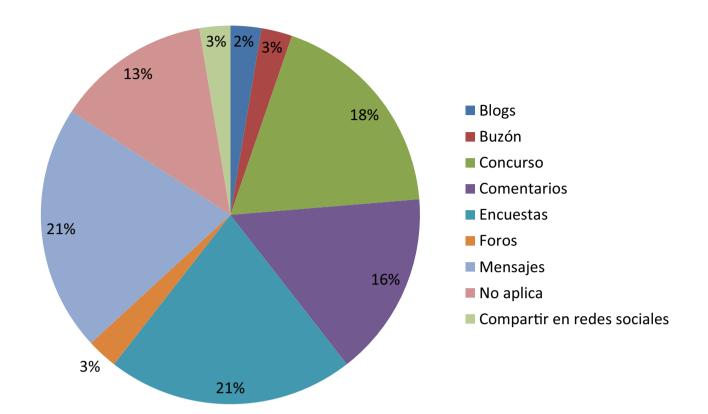
Interactividad

Ocho de las revistas integradas en el estudio usan las herramientas de mensajes para recibir contenidos o sugerencias de temas; igual número plantea encuestas para luego publicar los resultados en sus versiones impresas; comentarios es una herramienta que usan solo seis medios y en algunos casos, a finales de 2012 se constata que han dejado de usarla. Las iniciativas de concurso se identifican como parte de la estrategia de promoción. También hay cinco revistas que no integran ninguna información.



Gráfica 15. Interactividad en revistas nacionales matriciales

Opciones de interactividad





Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador

2012

Revistas matriciales locales

Revista matriciales locales

Se integraron dos revistas: Avance y Cuenca.

Publican información de contacto, corporativa y noticias, netamente local; lo hacen mensualmente y no aplican inmediatez.

En herramientas 2.0 y redes solo integran una Facebook y otra Twitter.

En hipertextualidad no integran enlaces

En cuanto a la multimedialidad, usan galerías fotográficas, publican videos e integran Facebook y Twitter.

En interactividad usan chat y comentarios.



Radios matriciales nacionales

Radios matriciales nacionales

Fueron incluidas en el estudio 51 radios: La Rumbera, Clásica, Católica, Exa, Pública, Sonorama, JC Radio la Bruja, Hot 106 Radio Fuego, Los 40 Principales, Latina, Eres, Canela, Futura, FM Mundo, Radio Positiva 860, Tarqui, Sucesos, HCJB La Voz de los Andes, JM, RTU, Kiss FM Ecuador, Gitana, La Poderosa, Quito, Visión, Disney, La Rumbera, La Radio de la Asamblea, Urbana, Maria, Centro, Romance, Antena 3, Diblu FM, Nuevo Tiempo, Rumba, Fuego, Punto Rojo, CRE Satelital, Sucre, Caravana, Fabu, Súper Stereo, Galaxia, i99, Onda Cero, Tropicalida Super Estéreo, WQ-DOS, Forever Music, Huancavilca, Alfa, Zaracay.

Secciones y tipo de información que publican

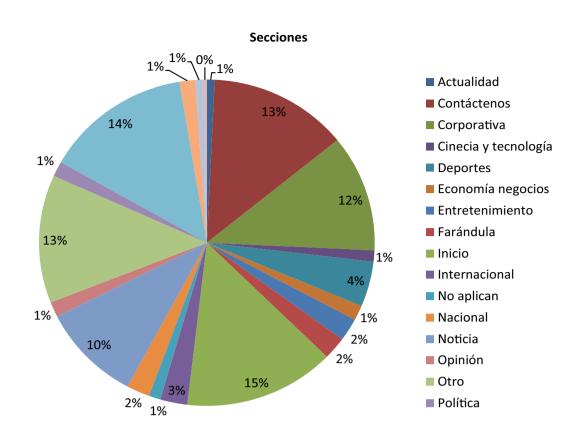
Las radios matriciales nacionales integran información de su programación, páginas de contacto e información corporativa seguida de secciones muy específicas que no se repiten en otros medios; información noticiosa, deportes, internacional, nacional, farándula y entretenimiento son las que más destacan.

De las 51 radios del estudio, la mayoría publica secciones enfocadas a la promoción de los contactos; 36, programación; 38, contactos; e información de carácter corporativa, 31.

Un gran porcentaje de radios incluye información noticiosa nacional con un 26 %, que representa 24 radios, le sigue la internacional que tan solo incluyen siete medios.



Gráfica 16. Secciones en radios matriciales nacionales



Actualización de la información

27 radios, es decir un 53 %, actualizan su información a diario; 10, semanalmente, lo que representa un 20 %; solo dos radios, un 4 %, lo hacen de forma mensual.

Un 23 % de radios, es decir 12 emisoras, no actualiza la información del sitio con contenidos noticiosos informativos y solo mantienen información corporativa.

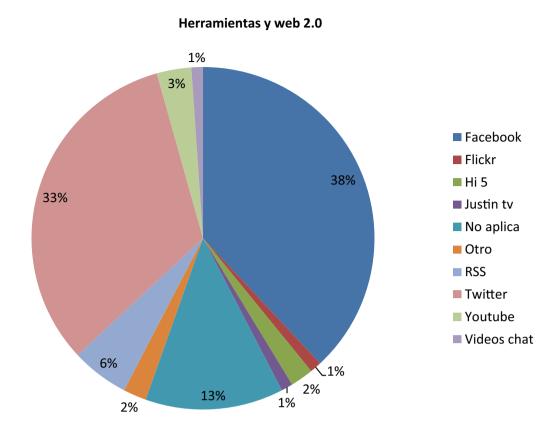
Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Facebook es la red que más usan las radios matriciales nacionales con un total de 35 integradas a la red social, seguido de twitter con 30 radios; existe un 13 %, 12 radios, que no integra herramientas; solo un 6 %, es decir cinco, integran RSS; youtube, tres radios que representan un 3 %; y se identifica un 2 % de radios que todavía usan Hi5.

Hay 12 radios que no integran ningún tipo de canales digitales.

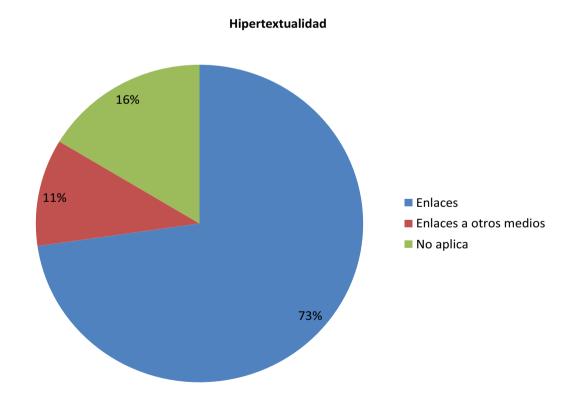


Gráfica 17. Herramientas y plataformas 2.0 en radios nacionales matriciales



Hipertextualidad

Gráfica 18. Hipertextualidad en radios nacionales matriciales



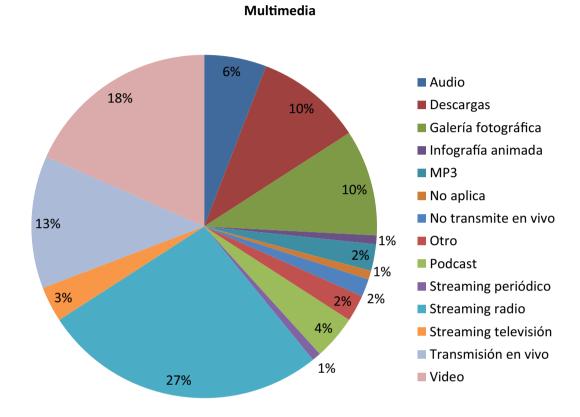
Un total de 40 radios, un 73 %, aplican enlaces en sus informaciones; hay seis, un 16 %, que integran vínculos a otros medios como parte de la contextualización; y nueve no tienen ningún tipo de hipertextualidad.



Multimedialidad

32 radios, que representan el 39 % de las 51 observadas, integran la transmisión de sus emisiones regulares; un 18 %, 22 radios, integra video como complemento de sus transmisiones; podcast solo tienen cinco radios; descargas de sonido, 12, es decir un 10 %. Igualmente, 12 radios realizan galerías fotográficas y una no integra ningún tipo de multimedialidad.

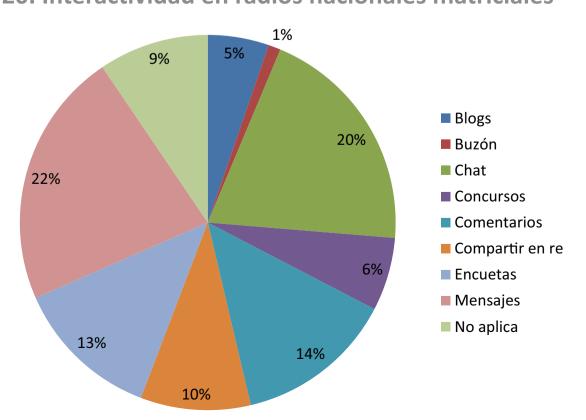
Gráfica 19. Multimedialidad en radios nacionales matriciales



Interactividad

El área de mensajes es integrada por 21 radios que representan el 21 %; y chat, 19 radios, un 20 %; esto podría deberse a la inmediatez de los mensajes y la posibilidad de interaccion inmediata. Comentarios integran 13 radios y encuestas, 12; solo un 9 % de medios no las integran.

Gráfica 20. Interactividad en radios nacionales matriciales



Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Radios matriciales locales

Radios matriciales locales

En este apartado participaron 82 radios de distintas provincias del país: Amigos, Tropicana, Caliente FM, La Roja, La Voz del Tomebamba, El Mercurio, La Súper Estación, Splendid, Constelación, K1, Mega, Wradio, Súper 94.9 FM, Católica Cuenca, Turbo, Ondas Cañaris, El Rocío, Súper S, La Voz de Ingapirca, Horizonte, Riobamba Stereo, Andina, Stereo Familiar, Hola, Fantástica, Tricolor FM, Mundial, Líder, Colosal, Centro Ambato, Stereo Saquisilí, Machala, Amiga, Impacto, Fiesta Machala, Superior FM, Marejada, La Voz de los Caras, Manabí, RVTradio, Modelo, Integración, Súper Láser, Ecuasur, Cariamanga, La Hechicera, Colorada, Constelación FM Stereo, La Premier FM, Armonía, Sonidox, Viva, Imperio, Seducción, La Voz de Zamora, Sentimientos, Interoceánica FM, Sol y Mar, Candente, Santa Cruz, W FM, La Voz del Upano, La Voz del Santuario, Paz y Bien, La Otra FM, Majestad FM, MIA -Sonovisión, Morona, América, Bonita FM, Sonoritmo, Spazio, Pasión, El Dorado, Santa Maria, Náutica, Los Lagos, Genial FM, Punto Clave, Antena Libre.

Secciones y tipo de información que publican

La mayoría de radios locales publica canales o secciones específicas con sus nombres y contenidos particulares, que obedecen a temas cercanos a donde emite la radio, sigue la información de contacto con 55 radios que representan un 14 %, y la información corporativa con un 13 % que representa 48 radios de las 82 integradas en el estudio. A continuación está la información de la programación con 55 radios, es curioso observar que el canal de noticias como tal lo tienen solo 37 radios, que representan un 10 % de los distintos canales de navegación.



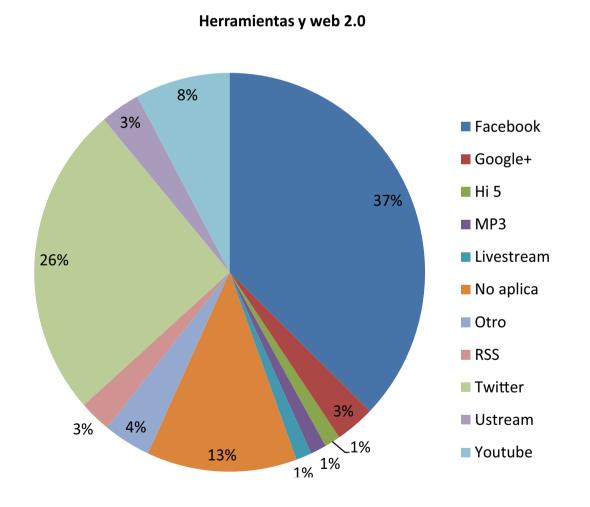
En cuanto al tipo de información, 30 radios, un 22 %, publican notas locales, seguidas de información de farándula con 20 medios, nacional con 23, y corporativa únicamente 20.

Actualización de la información

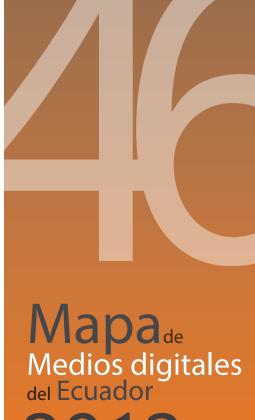
Un 42 %, es decir 35 radios, no actualiza los contenidos; el 41 % lo hacen diariamente, es decir 35 radios; un 10 %,ocho radios, actualiza semanalmente; un 6 %, es decir cinco radios, lo hace de forma mensual, y solo una radio actualiza guincenalmente.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Gráfica 21. herramientas y web 2.0 en radios locales matriciales



Facebook es la que se impone en su uso, con 57 radios, un 26 %; en segundo lugar está Twitter con 39 radios, un 26 %; un 13 % no integra ninguna herramienta, es decir 19 radios; un 8 %, es decir 12 radios, usan Youtube para complementar sus contenidos, y 19 no integran ninguna herramienta.



Hipertextualidad

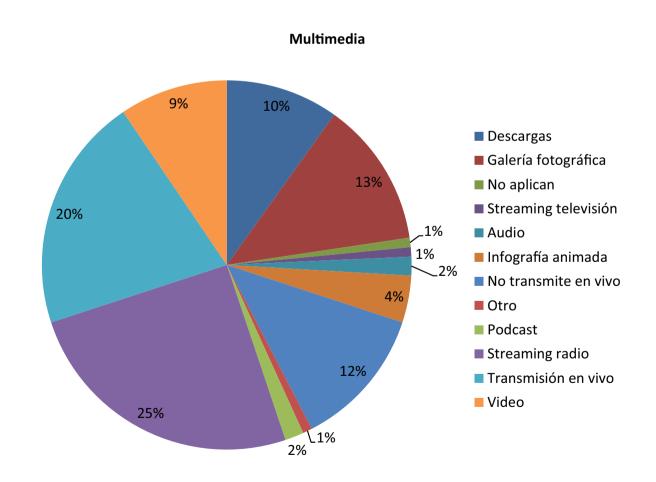
46 radios que representan un 56 % integran hipervínculos contextuales en sus notas informativas; un 29 %, que corresponde a 24 radios, no usa hipervínculos; y 12, que representan un 15 %, integran enlaces a otros medios.

Multimedialidad

Gráfica 22. multimedialidad en radios locales matriciales

61 radios locales, un 25 %, integran streaming en audio; 50 integran también video simultáneo, un 26 %; existe un 13 % que integra varios formatos de acceso a las transmisiones como real audio, winamp, Windows media o accplus.

Las galerías fotográficas son usadas por un 13 %, seguidas de las descargas en un 10 % y el video con un 9 % de los sitios.



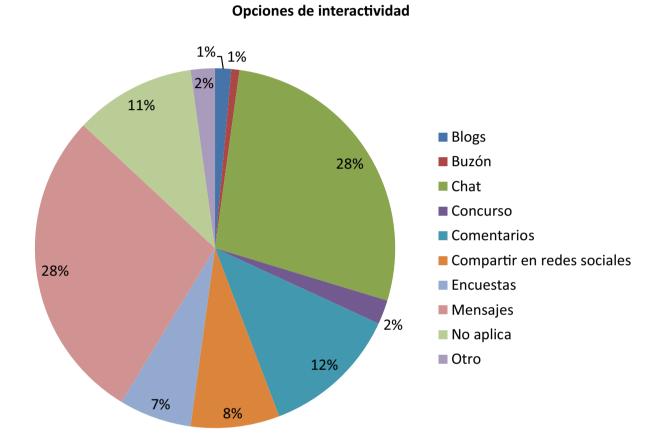
Un 12 %, es decir 30 radios, no está transmitiendo en vivo y solo mantiene páginas informativas.



Interactividad

La opción de interactividad más integrada es el chat con un 28 %, es decir 38 radios; en el mismo porcentaje se encuentran los mensajes con 39 radios; los comentarios en las notas los integran 17 radios, es decir un 12 %; 15 rados, es decir un 11 %, no integran ninguna herramienta; compartir en redes sociales es una herramienta integrada por un 8 % que son 11; y las encuestas con un 7 %, que representa nueve medios.

Gráfica 23. interactividad en radios locales matriciales





Televisión matricial nacional

Televisión matricial nacional

Los 11 medios y sus sitios correspondientes que se incluyeron en el estudio dentro de esta categoría fueron: *Ecuador TV, Teleamazonas, RTU, Telerama, Canela TV, Ecuavisa, TC Televisión, Canal Uno, La Tele, Gama TV, RTS.*

Secciones y tipo de información que publican

Las secciones más importantes en este medio son la programación seguida por la de contactos, con nueve medios que representan un 11 %; la sección de información corporativa tiene un 10 % con ocho medios; con similar porcentaje y número está noticias y la sección de nacionales; en un 7 %, seis medios, integra deportes; cinco, es decir un 6%, internacionales; y farándula y entretenimiento ocupan un 5 %, cuatro medios.

En cuanto a la información, siete, es decir un 25 % de canales de televisión, publican información nacional; un 18%, información internacional con cinco medios; el mismo número de medios publica información de farándula y promocional; tan solo un canal publica información local.

Actualización de la información

La información es actualizada diariamente en un 91 %, es decir, 10 canales, tan solo uno actualiza de forma mensual sus contenidos.

Seis de los 11 medios observados aplican inmediatez en la actualización

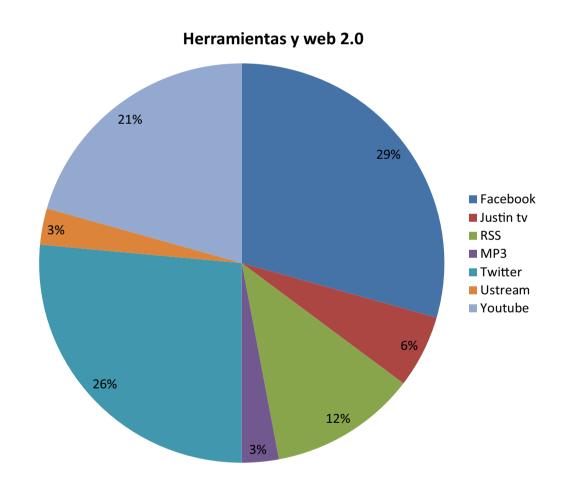


de sus contenidos y cinco no actualización con este criterio.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Los redes sociales que más integran los medios televisivos en sus sitios de Internet se reparten de la siguiente forma: Facebook, con un 29 % del total con 10 medios; Twitter usado por nueve; youtube, siete que representan un 21 %; servicio RSS con solo cuatro medios que representan un 12 %; dos, es decir un 6 % de medios, usan la plataforma Justin.TV; y tan solo un medio usa mp3 para información con sonido.

Gráfica 24. Herramientas y web 2.0 en canales de televisión nacionales matriciales



Hipertextualidad

Todos los medios televisivos usan enlaces hacia otras fuentes en la información que publican.

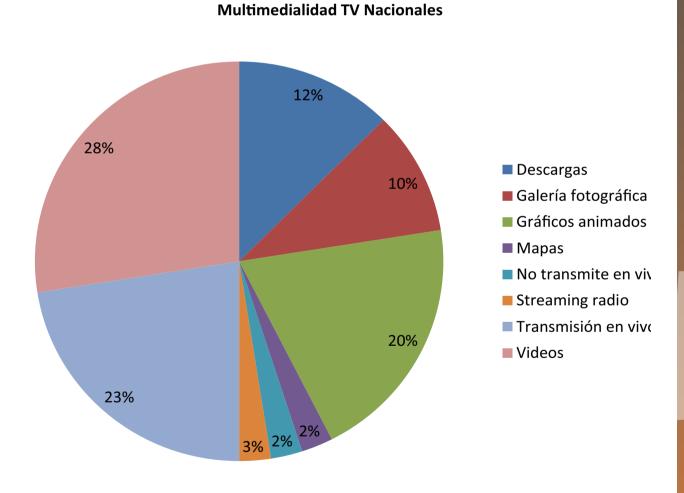


Mapa_{de}
Medios digitales
del Ecuador
2012

Multimedialidad

De los 11 medios televisivos observados, todos, sin excepción, integran en sus sitios reproductores de video con notas informativas y promocionales; en el consolidado, el video representa un 28 % de uso apuntándose el mayor porcentaje; 10 de los 11 sitios integrados en el estudio tienen transmisión en vivo, lo que representa un 23 %; únicamente el canal *La Tele* no integra esta opción; ocho medios usan gráficos informativos, o sea un 20%; descargas integran solo cinco medios y galerías fotográficas, cuatro es decir un 10%.

Gráfica 25. Multimedialidad en canales de televisión nacionales matriciales



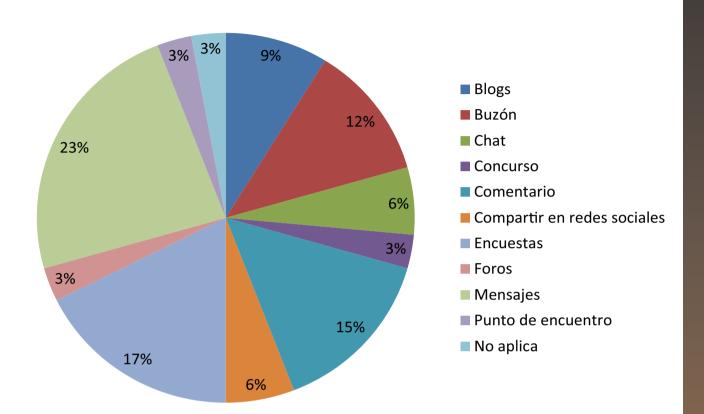
Interactividad

Los canales de interactividad más usados son: mensajes, con ocho medios, un 23 %; encuestas, seis, un 17 %; comentarios, cinco, un 15 %; buzón de sugerencias, cuatro; y blogs usan solo tres medios; la opción compartir en redes sociales solo usan dos canales.

Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Gráfica 26. Interactividad en canales de Televisión nacionales matriciales

Opciones de interactividad





Televisión matricial local

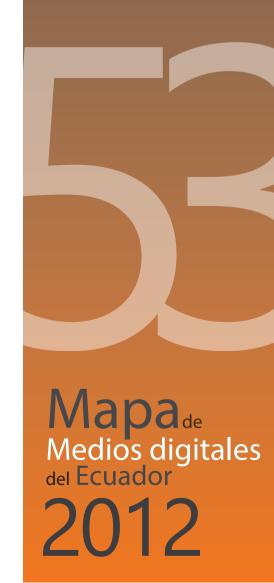
Televisión matricial local

Los sitios que participaron en el estudio dentro de esta categoría fueron: Telesucesos, Caravana TV, Íntimas, Telecuenca, UNSION TV, CAÑARTV, Televisión Manabita, Oromartv, TVN canal, TVS Chimborazo, Unimax Televisión, Ambavisión, UV Televisión, Ecotel TV, Norvisión, AustralTV, UNIVISA, EspolTV, ENTV - Grupo Corporativo del Norte. En total, 19 canales de televisión locales.

Secciones y tipo de información que publican

Los medios televisivos locales y regionales que publican la programación son 15; contactos es una de las más recurrentes en 14; curiosamente, los medios televisivos tienen secciones con nombres propios, que en su gran mayoría obedece a temas de la ciudad y representan el cuarto porcentaje más alto en la distribución de las secciones; la información corporativa la tienen 10 medios; sección noticias, 12; deportes, seis; entretenimiento, cinco, entre los datos más destacados.

La información que más integran es nacional, el consolidado representa un 24 %, nueve medios; corporativa 22 % con ocho; local 19 % con siete; internacional cuatro que representan el 11 %; y farándula con un 8 %, es decir tres medios.



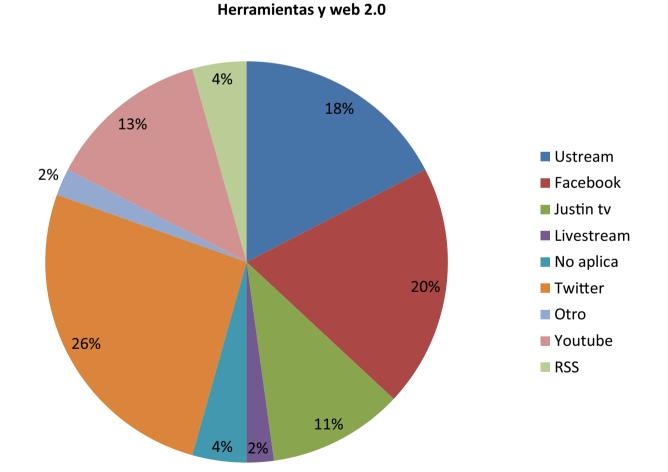
Actualización de la información

Nueve medios actualizan su información diariamente, en el consolidado representan el 47 %; un 32 %, o sea seis, no actualiza su sitio web; mientras que un 11 % que representan dos, lo hacen semanalmente; y de forma mensual y quincenal lo hace uno. Solo cinco aplican actualización con el parámetro de inmediatez y 14 no lo hacen.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Twitter es la red social más utilizada por nueve canales de televisión, Facebook le sigue en importancia con nueve; ocho integran ustream para transmitir su señal en vivo; seis a youtube para publicar sus contenidos; Justin TV lo integran cinco; dos integran opción de RSS y dos no tienen ninguna herramienta.

Gráfica 27. Herramientas y web en canales de Televisión nacionales matriciales

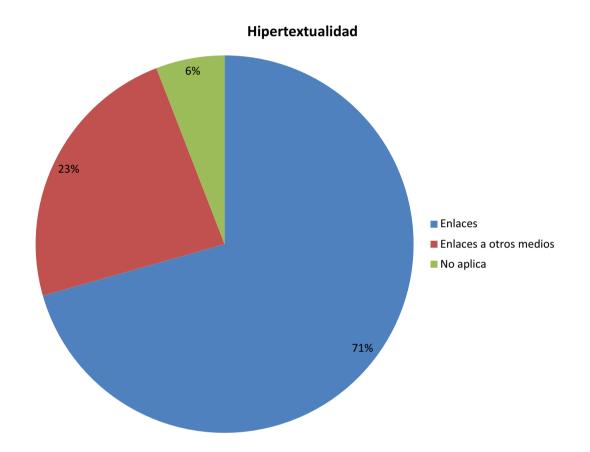


Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

Hipertextualidad

En la información que publican, 12 canales integran enlaces a otras fuentes informativas; cuatro integran enlaces a otros medios de comunicación y uno no publica información con enlaces.

Gráfica 28. Hipertextualidad en canales de televisión nacionales matriciales



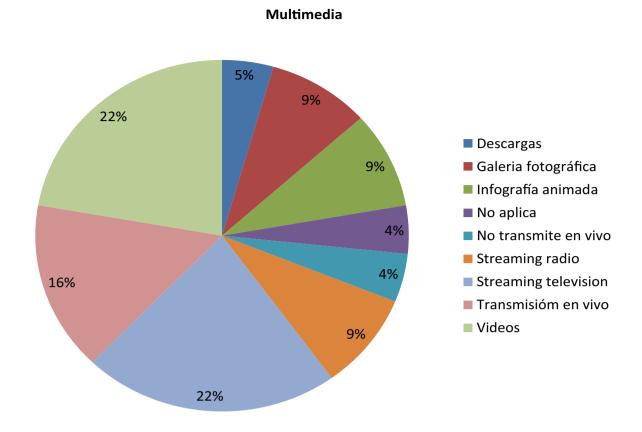
Multimedialidad

Lo más integrado en lo sitios de canales de televisión local es el streaming en vivo de su programación, 10 de los 19 medios lo hacen; un 22 % publica videos en su sitio; un 16 % hace transmisión diferida de sus contenidos y dos no tienen transmisión en vivo.

Cuatro canales hacen también transmisión de sonido desde su sitio web, cuatro integran galería fotográfica e infografías.



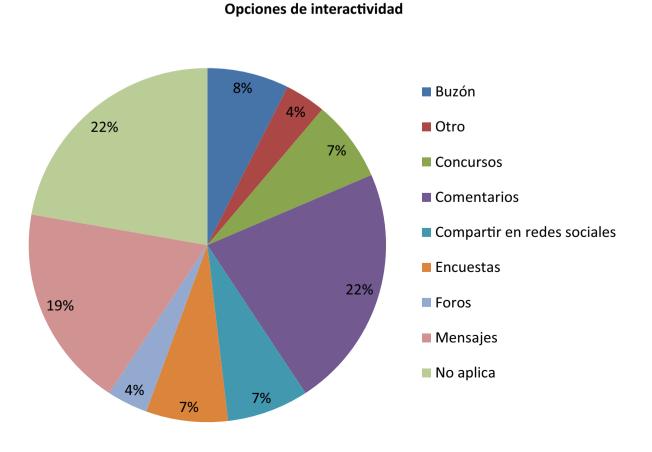
Gráfica 29. Multimedia en canales de televisión nacionales matriciales



Interactividad

Los comentarios son la forma más común en la que estos canales fomentan la participación en los sitios; seis de los 19 observados los integran; seis no proponen ningún tipo de interacción; cinco facilitan el envío de mensajes; dos, un buzón para envío de mensajes e igual número hacen encuestas y concursos.

Gráfica 30. Interactividiad en canales de televisión nacionales matriciales





Periódicos nativos digitales

Periódicos nativos digitales

Los sitios que participaron en el estudio dentro de esta categoría fueron: ANDES, Ecuador Inmediato, El Cuidadano, El Ecuatoriano, Entérate Ecuador, Ecuador en Vivo, Ciudadanía Informada, Al Día, El Financiero, Puyogaceta, El Morlaco, Cotopaxi Noticias, Agencia Pública de Noticias de Quito, Noticias en línea, Indymedia Ecuador, El Emprendedor. En total, 16.

Secciones y tipo de información que publican

De los 16 periódicos nativos digitales investigados, 14 integran el botón de inicio para regresar a la portada del medio, como siguiente ítem se integran secciones con nombres específicos que obedecen a temas particulares abordados por los medios, por ejemplo Judicial o Turismo; el área de contactos la tienen nueve, y luego coinciden secciones como Deportes, Internacional, Política, Economía y negocios, Área de registro, Actualidad y en mínima proporción nacionales y Ciencia y Tecnología.

La información que publican es un 53 % nacional y un 36 % internacional, la información local representa un 11 %.



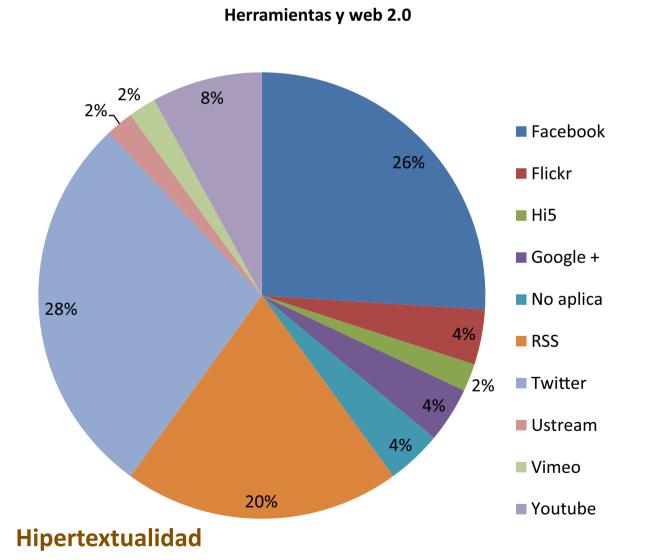
Actualización de la información

Todos los 16 medios observados publican diariamente información actualizada, 10 aplican inmediatez para publicar la información y seis no lo hacen.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

La red social que más integran los periódicos digitales es twitter con 13 de los 16 medios; Facebook, 13; RSS, 10; Youtube, cuatro; herramientas como Flickr y Google+, solo dos y uno, Hi5.

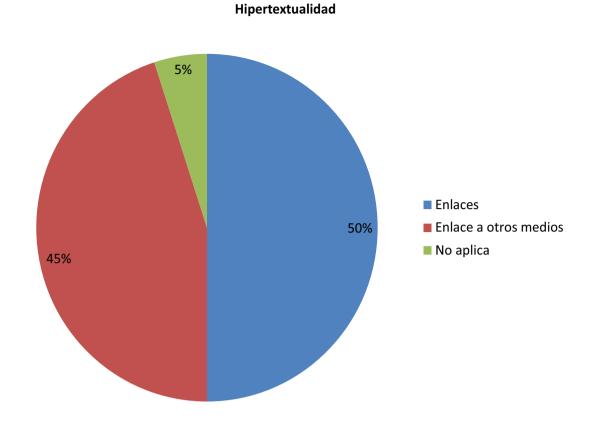
Gráfica 31. Herramientas y web 2.0 en periódicos nativos digitales



10 canales integran enlaces contextuales en la información que publican; nueve, hacia otros medios de comunicación y uno no lo hace.



Gráfica 32. Hipertextualidad en periódicos nativos digitales

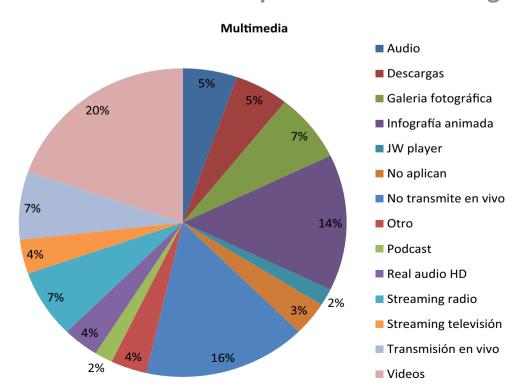


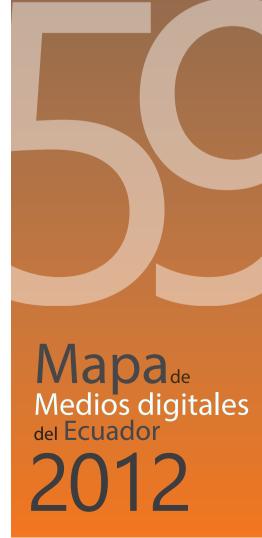
Multimedialidad

Los periódicos digitales usan en su gran mayoría el video para complementar la información; 11 de los 16 medios integran videos en su sitio; nueve solamente publican información en texto y fotos; mientras que cuatro tienen radio en línea como parte del proyecto, y dos lo hacen con streaming de video.

Ocho medios publican infografías como parte de la información, también presentan galerías fotográficas, descargas y podcast, en ese orden de importancia.

Gráfica 33. Multimedialidad en periódicos nativos digitales



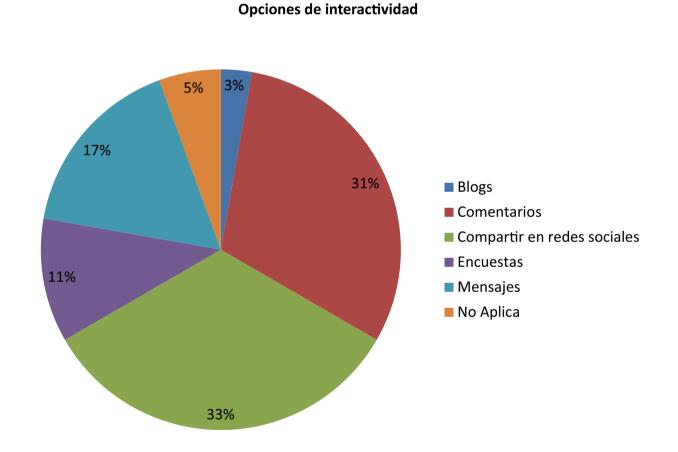


Interactividad

Estos medios de comunicación digital son los que más han integrado los botones para compartir en las redes sociales como una opción de interactividad, 12 lo integran.

El área de comentarios le sigue en importancia, pues 11 de los 16 medios la integra después de cada información; seis permiten el envío de mensajes a la redacción y cuatro realizan diariamente encuestas; se identifica un solo medio que publica un blog.

Gráfica 34. Interactividad en periódicos nativos digitales





Revistas nativas digitales

Revistas nativas digitales

Los medios que observamos en esta categoría fueron: *Arqueo-Ecuador, Ecuador a Colores, Ahora en Quito, Quipus1*, en total cuatro revistas digitales.

Secciones y tipo de información que publican

Las secciones que se identifican obedecen a nombres propios de cada medio, seguidos de cultura y sociedad. La información que publican es en su mayoría nacional, seguida de internacional. No tienen contenidos locales.

Actualización de la información

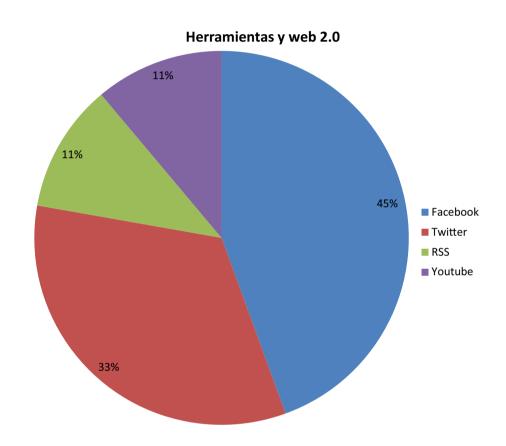
La actualización en dos medios es diaria, mientras que semanal y mensualmente lo hace uno; ninguno aplica inmediatez en la actualización de la información.



Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Las cuatro revistas nativas observadas integran páginas de Facebook; en tres se identifica el uso de Twitter; RSS y youtube en un medio.

Gráfica 35. Herramientas web y 2.0 en revistas nativas digitales



Hipertextualidad

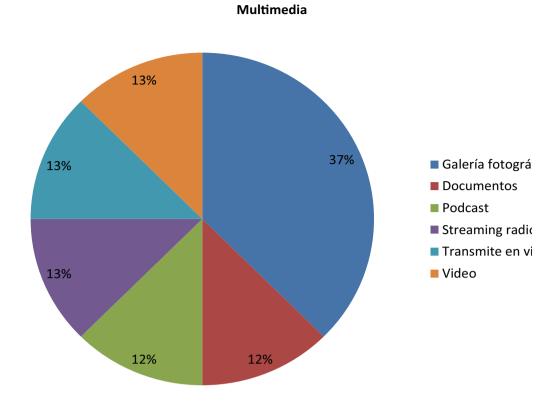
Para contextualizar su información, las revistas usan enlaces solamente en tres casos; una no lo hace.

Multimedialidad

El uso de la imagen es fundamental para las revistas nativas; tres de las cuatro hacen uso de galerías fotográficas, el resto de herramientas que integran es muy baja, ya que los documentos, podcasting, streming de audio y video se identifican en una solo página.



Gráfica 36. Multimedia en revistas nativas digitales

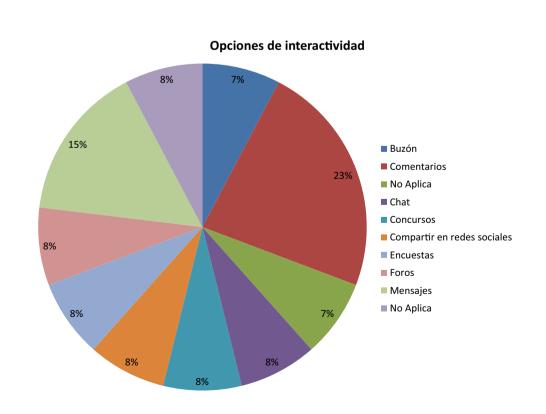


Interactividad

Los comentarios son la herramienta más usada por tres revistas, los mensajes directos le siguen en importancia, pues dos los integran.

El resto de opciones de interactividad los integra una herramienta por medio.

Gráfica 37. Opciones de interactividad en revistas nativas digitales





Radios nativas digitales

Radios nativas digitales

Las radios nativas observadas son: Turismo Ecuador, Serenidad, Generación, Urbana de Multimedios, Play, La Vida, Súper 11Q, Wgmilenio, Equinoxio, Ambato, Puyence, Líder Internacional, Rees, Megaestación. En total, 14 radios.

Secciones y tipo de información que publican

Las secciones más recurrentes en las radios son, en su mayoría, nombres propios de sus programas, caso que se presenta en 14 emisoras en línea; el botón de inicio lo encontramos en 12 casos.

La programación esta visible en 12 radios, seguida de secciones de contactos, un área de registro en cuatro, y con similar número, noticias.

Economía y negocios se identifica en cuatro radios, e igual número con una sección de información corporativa.

La información que publican es, en su mayoría, nacional en 10 radios; internacional en seis, seguida de farándula; tres brindan información local,



y la información corporativa es publicada por 12 de los 16 medios.

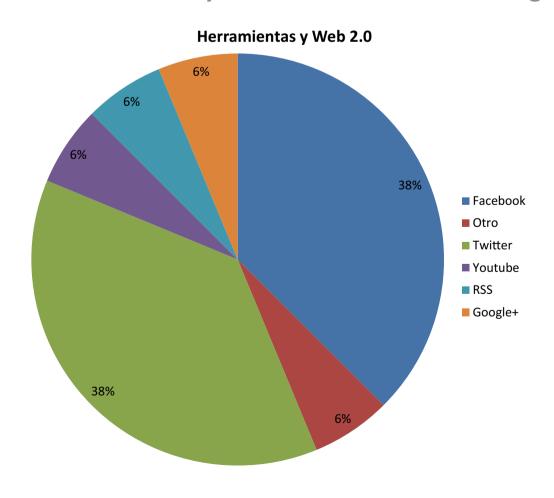
Actualización de la información

Ocho de las 14 radios actualizan diariamente los contenidos; dos, semanalmente, y siete no realizaron ninguna actualización durante el periodo de observación. Hay que destacar que las radios en línea se especializan en producir contenidos sonoros que son emitidos por el sitio web y que ese es su fuerte, sin embargo, los contenidos de texto permiten que el usuario encuentre cosas nuevas en el sitio. 15 de las 14 radios realizaron, durante su programación, actualización de información en sonido; en solo un caso encontramos una programación netamente musical.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales que integran los medios digitales

Seis radios integran Facebook y twitter; en el caso de Google+, RSS y otras herramientas solo se identifica un caso.

Gráfica 38. Herramientas y web 2.0 en radios nativas digitales





Hipertextualidad

La mayoría de radios no emplea hipertextualidad al publicar sus notas, dos lo hacen enlazando en su mayoría a otros medios, y una envía a otras fuentes oficiales.

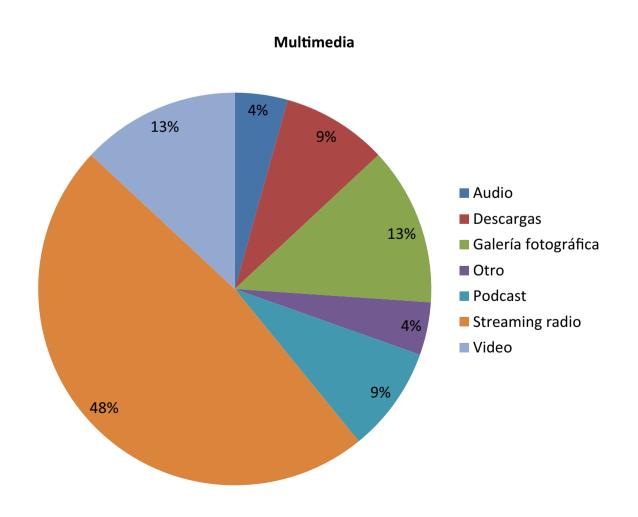
Multimedialidad

La fortaleza de la radio en línea es la transmisión del sonido, sin embargo, las 14 integran un reproductor y transmiten en vivo su programación, las otras dos se encontraban en etapa de rediseño o el reproductor no emitia sonido.

Tres de las radios publicaban videos como complemento de la información, principalmente videos musicales.

Dos radios integran podcasting para subir materiales pregrabados y dos tienen descargas de contenidos en mp3.

Gráfica 39. Multimedia en radios nativas digitales

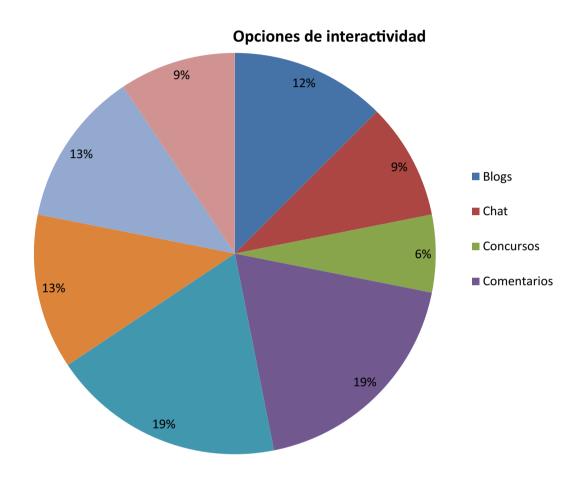




Interactividad

Seis radios integran comentarios y botones para compartir en redes sociales; cuatro integran encuesta mensaje y blogs; tres, con chat; dos no integran ningún tipo de interactividad.

Gráfica 40. Interactividad en radios nativas digitales





Conclusiones

Conclusiones

Durante seis meses se realizó la observación y el análisis de todos y cada uno de los medios digitales encontrados; mediante los distintos métodos se reunió la información en matrices diseñadas para el efecto.

Obtenidos los resultados, tenemos un mejor conocimiento de los medios en cuanto a la información que publican, las opciones de redes sociales, la accesibilidad y si cumplen con los principios de los medios de comunicación brindando información, entretenimiento y de alguna forma educando a las audiencias.

Los medios digitales en el Ecuador son sitios de Internet que investigan, elaboran y difunden información noticiosa y periodística de actualidad, que cuentan con secciones establecidas y se actualizan con frecuencia.

Difunden principalmente información nacional, seguido de local e internacional, las noticias locales las publican con más fuerza los medios de provincia, por su propia naturaleza, eso sí, sin descuidar los hechos importantes a nivel nacional.

Si bien se concluye que existen avances en la adaptación de la información hacia formatos más dinámicos para la web, todavía se encuentran notas completas que son publicadas en el impreso y que tienen la misma extensión y estructura en los medios tradicionales.

Los medios digitales matriciales prensa, TV y radio conservan sus



formas tradicionales de comunicación pero hacen grandes esfuerzos para adaptarlos a la dinámica de la nueva plataforma digital.

Casi todas las radios y canales de TV mantienen sus transmisiones de señal en línea, se detecta muy pocos casos en que no emiten la señal en vivo. No se identifica ningún caso de un canal de televisión nativo digital.

Los medios digitales impresos están diseñados en formato tabloide y tienen una ventaja enorme, por el uso de diversos formatos: video, audio encuestas, infografías, fotos, animaciones, no priorizan ningún formato a la hora de publicar contenidos.

Secciones y tipo de información que publican

Las secciones de los medios obedecen a nombres específicos de acuerdo con los temas particulares o grandes como ejes informativos; por ejemplo, existen medios que tienen secciones con nombres como Mundo o Panorama mundial que se usan para la información internacional.

En base a esta característica se determinan los ejes informativos de los medios digitales, en los que destacan, en este orden:

- Nacionales o el genérico noticias, donde integran hechos de toda índole.
- Política
- Internacional
- Deportes
- Entretenimiento
- Información institucional o corporativa
- Opinión
- Economía y negocios
- Salud
- Judicial
- Ciencia y tecnología
- Otros

En los medios de comunicación radiales y televisivos se integra, en la mayoría de casos, información sobre la programación de cada medio.



Actualización de la información

La mayoría de los medios digitales del Ecuador, realizan la actualización diaria de sus contenidos informativos.

En algunos casos, como las revistas, no se cumple este parámetro, pues la actualización de los contenidos se realiza al mismo tiempo que se publica la revista impresa; en el caso de algunas radios, especialmente las de provincia, la actualización diaria tampoco se cumple, pues los contenidos más actuales los emiten en sonido.

Inmediatez

Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos digitales, son los líderes en este sentido, presentan los hechos nacionales e internacionales relevantes apelando al criterio de inmediatez y mantienen una actualización permanente; para el efecto, también integran las redes sociales de las que disponen.

La inmediatez en las radios y canales de televisión, tanto matriciales como digitales, se cumple en la transmisión de sonido y video que integran; la información en texto, foto y video incrustado obedece a parámetros de publicación diarios y, por tanto, no hay actualizaciones permanentes de la información del sitio web, no así en los perfiles de las redes sociales, que están permanentemente actualizando la información.

Redes sociales, RSS y plataformas digitales

Casi todos los medios de comunicación digitales utilizan herramientas y plataformas web 2.0 para difundir sus contenidos informativos, se identifica 43 medios de los 254 observados que no integran ningún tipo de herramienta.

Los medios de comunicación, tanto nativos digitales como matriciales digitales, utilizan las herramientas web 2.0 en el siguiente orden de prioridad:

- Facebook
- Twitter



- Rss
- Youtube
- Ustream
- JustinTV
- Google+

En menor grado se identifica el uso de herramientas como Flickr y Foursquare; hay un solo medio que todavía integra Hi5.

Hipertextualidad

Los medios digitales que más integran enlaces contextuales en la información que publican son los periódicos matriciales y digitales, que enlazan a sitios oficiales o instituciones o a otras notas anteriores dentro de su mismo sitio; en un alto grado su información enlaza hacia otros medios de comunicación como fuente informativa.

Los canales de televisión las revistas y las radios, en su gran mayoría, no integran enlaces hipertextuales; son muy pocos los que hacen uso de este recurso y citan, principalmente, a otros medios como fuente de la información.

Multimedialidad

Los medios digitales usan en gran proporción video on line para complementar la información que publican, todos los medios publican información en texto y fotogafías; la transmisión de radio y televisión son las herramientas más usadas por los canales y las radios.

Muchos medios de comunicación digital publican infografías, podcast, descargas de documentos y galerías fotográficas; este es el orden de importancia de las herramientas multimedia:

- Fotos
- Videos insertados
- Galerías de fotos
- Streaming sonido
- Podcast audios
- Streaming video
- Infografías

Mapade Medios digitales del Ecuador 2012

- Descargas
- Documentos en pdf

También se identifica, en menor grado, el uso de mapas para información geoposicionada.

Interactividad

Al momento de la observación, los comentarios eran la herramienta de interactividad más usada, la mayoría de medios los integraba y se identificaba gran actividad, sin embargo ante las regulaciones y las presiones políticas, muchos medios han optado por cerrar esos espacios.

Al momento de publicar el presente estudio se puede verificar que medios como *EL Comercio* suprimieron los comentarios de sus versiones digitales desde septiembre. *El Universo, Expreso*, diario *Extra* también lo hicieron, únicamente diario Hoy mantiene los comentarios, pero con un registro previo para los usuarios.

Una opción de interactividad que tiene gran acogida por parte de los medios son los botones para compartir el contenido directamente a las redes sociales como Facebook y Twitter, le siguen mensajes, foros y encuestas.

Son populares también los espacios donde los migrantes pueden escribir sus comentarios, ideas y opiniones desde los diferentes lugares del mundo, esto se identifica especialmente en los diarios de provincia.

En los medios como la televisión y radio, las opciones para la interactividad son los mensajes y el chat; en la radio en línea se está volviendo popular el uso de los hashtag de Twitter para dialogar sobre los temas propuestos por el locutor.

Muchos medios de comunicación digitales están integrado los botones para compartir en las redes sociales como una opción de interactividad innovadora.

Algunos medios permiten el envío de mensajes a la redacción, también hay otros realizan diariamente encuestas.



Medios que participaron en la investigación

Medios que participaron en la investigación

Medios impresos nacionales

El Comercio, Hoy, La Hora, Extra, El Universo, El Telégrafo, Expreso, Diario Super y PP El Verdadero.

Medios impresos locales

Metro Ecuador, El Nuevo Empresario, La Verdad, Centro, El Clarín, Cronica (regional), Diario Centinela, Portada, El Heraldo (regional), La Gaceta, La Tarde, El Mercurio de Cuenca (regional), El Tiempo, Correo, Opinión, La Verdad, El Norte, La Marea, EL Nuevo Globo, El Diario, Los Andes (regional zona centro), La Prensa, Colorado.



Revistas matriciales nacionales

Vanguardia, Lideres, PC Wrold, Emprendedores, Generación 21, Acelerando, Xona, Ele, G21 Kids, Cometa, Hoy Domingo, Sophia, Familia, Estadio, Cosas, Vistazo, La Verdad, El Agro, Hogar, Banano Export, La Onda, Mariela, Fútbol Ecuador.

En cuanto a las revistas matriciales locales se integraron dos: *Avance y Cuenca*.

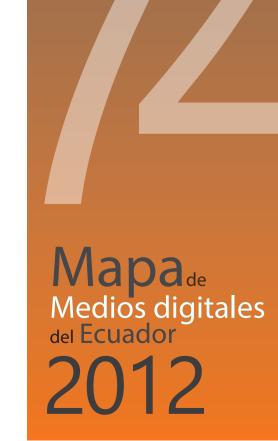
Radios radios matriciales nacionales

Partitiparon 51: La Rumbera, Clásica, Católica, Exa, Pública, Sonorama, JC Radio la Bruja, Hot 106 Radio Fuego, Los 40 Principales, Latina, Eres, Canela, Futura, FM Mundo, Radio Positiva 860, Tarqui, Sucesos, HCJB La Voz de los Andes, JM, RTU, Kiss FM Ecuador, Gitana, La Poderosa, Quito, Visión, Disney, La Rumbera, La Radio de la Asamblea, Urbana, María, Centro, Romance, Antena 3, Diblu FM, Nuevo Tiempo, Rumba, Fuego, Punto Rojo, CRE Satelital, Sucre, Caravana, Fabu, Súper Stereo, Galaxia, i99, Onda Cero, Tropicálida Súper Estéreo, WQ-DOS, Forever Music, Huancavilca, Alfa, Zaracay.

Radios radios matriciales locales

Participaron 82 radios de distintas provincias del país: Amigos, Tropicana, Caliente FM, La Roja, La Voz del Tomebamba, El Mercurio, La Súper Estación, Splendid, Constelación, K1, Mega, Wradio, Súper 94.9 FM, Católica Cuenca, Turbo, Ondas Cañaris, El Rocío, Súper S, La Voz de Ingapirca, Horizonte, Riobamba Stereo, Andina, Stereo Familiar, Hola, Fantástica, Tricolor FM, Mundial, Líder, Colosal, Centro Ambato, Stereo Saquisilí, Machala, Amiga, Impacto, Fiesta Machala, Superior FM, Marejada, La Voz de los Caras, Manabí, RVTradio, Modelo, Integración, Súper Láser, Ecuasur, Cariamanga, La Hechicera, Colorada, Constelación FM Stereo, La Premier FM, Armonía, Sonidox, Viva, Imperio, Seducción, La Voz de Zamora, Sentimientos, Interoceánica FM, Sol y Mar, Candente, Santa Cruz, W FM, La voz del Upano, La Voz del Santuario, Paz y Bien, La Otra FM, Majestad FM, MIA -Sonovisión, Morona, América, Bonita FM, Sonoritmo, Spazio, Pasión, El Dorado, Santa Maria, Náutica, Los Lagos, Genial FM, Punto Clave, Antena Libre.

Canales de televisión nacional matricial



Incluimos 11 medios y sus sitios correspondientes: *Ecuador TV, Teleamazonas, RTU, Telerama, Canela TV, Ecuavisa, TC Televisión, Canal Uno, La Tele, Gama TV, RTS.*

Canales de televisión matricial local

Telesucesos, Caravana TV, Íntimas, Telecuenca, UNSION TV, CAÑARTV, Televisión Manabita, Oromartv, TVN Canal, TVS Chimborazo, Unimax Televisión, Ambavisión, UV Televisión, Ecotel TV, Norvisión, Australtv, UNIVISA, EspolTV, ENTV - Grupo Corporativo del Norte. En total, 19 canales.

Periódicos nativos digitales fueron

ANDES, Ecuador Inmediato, El Cuidadano, El Ecuatoriano, Entérate Ecuador, Ecuador en Vivo, Ciudadanía informada, Al Día, El Financiero, Puyogaceta, El Morlaco, Cotopaxi Noticias, Agencia Pública de Noticias de Quito, Noticias en línea, Indymedia Ecuador, El Emprendedor. En total 16.

Revistas nativas digitales

Arqueo- Ecuador, Ecuador a Colores, Ahora en Quito, Quipus1. En total cuatro.

Radios nativas digitales

Turismo Ecuador, Serenidad, Generación, Urbana de Multimedios, Play, La Vida, Super 11Q, Wgmilenio, Equinoxio, Ambato, Puyence, Líder Internacional, Rees, Megaestación.





Más información y registro en el directorio participativo de medios digitales de Ecuador en: www.ciespal.net/directorio

Síganos en nuestras redes sociales @ciespal Facebook/ciespal