

Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen

Resumen

El mapa de medios digitales es un estudio realizado por CIESPAL para conocer los medios que publican, investigan y difunden información noticiosa en Internet. Los formatos digitales de radio, prensa y televisión así como los nativos en Internet fueron parte de este estudio que integra 254 medios ecuatorianos. En el estudio se logró determinar: distribución geográfica, origen del medio, inmediatez, tipo de información, formatos, niveles de actualización, secciones, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, redes sociales y herramientas multimedia, para comprender los procesos y lógicas de los medios de comunicación digitales. El documento gratuito es accesible en: www.ciespal.net/mapamedios

Palabras clave: medios digitales, Ecuador, mapeo, periódicos, radios, televisión, directorio

Resumo

O mapa de meios digitais é um estudo realizado pelo CIESPAL para conhecer os meios que publicam, pesquisam e difundem notícias na Internet. Os formatos digitais de rádio, impresso e televisão, assim como os que nasceram na Internet, formam parte deste estudo que abrange 254 meios equatorianos. No estudo foi possível determinar: distribuição geográfica, origem do meio, imediatez, tipo de informação, formatos, níveis de atualização, seções, hipertextualidade, multimídia, interatividade, redes sociais e ferramentas multimídia, para compreender os processos e as lógicas dos meios de comunicação digitais. O documento gratuito está acessível em: www.ciespal.net/mapamedios

Palavras-chave: meios digitais, Equador, mapeamento, jornais, rádios, televisão, diretório.



José Rivera Costales

Ecuatoriano, docente universitario, investigador y asesor de estrategias de comunicación digital para medios, empresas nacionales e internacionales. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador, tiene además una Maestría de Comunicación en Ciencia y Tecnología. Trabajó en radio, prensa y televisión. Actualmente es coordinador del área de Contenidos Digitales y Multimedia de CIESPAL.

Correo
jrivera@ciespal.net

Recibido: enero 2013
Aprobado: febrero 2013



informe

Antecedentes de los medios digitales en el mundo

Tras algunas experiencias previas en redes y servicios digitales privados, 1994 marcó 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 a finales de 1994, una web del diario Hoy es puesta en línea convirtiéndose en el primer diario online del Ecuador y, según el mismo diario, el primero en América Latina.

Durante sus primeros años, 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’ (60 %) de información general y 513 (40 %) de información especializada.

Ha pasado poco tiempo para que los cibermedios hayan alcanzado una gran masificación, a tal punto que un 79 % de diarios del mundo ya posee ediciones electrónicas.¹

Según el informe State of media 2011, del proyecto excelencia en el periodismo del PewResearch, “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”.²

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 está 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 la posibilidad 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://stateofthemedias.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.

1 Cuadernos de Comunicación. 2009. Destacados, Número 1, Fernández-Figares Romero de la Cruz, María Dolores, Globalización y medios de comunicación <http://cdc.escogranada.com/2009/03/globalizacion-y-medios-de-comunicacion/>

2 Informe State of media 2011 <http://stateofthemedias.org/> pág:14

El CIESPAL, en el año 2010 se 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->

"Los cibermedios en 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>

Un aporte desde CIESPAL fue el 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 *online* 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 funcionando, pues el número de medios del directorio se incrementó desde su publicación.

Antecedentes de los medios digitales en Ecuador

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.

El año 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 básicas, pero permitían conocer lo que sucedía en nuestro país desde cualquier rincón del mundo.

Eran pruebas de comunicación virtual donde no se aplicaban muchos conceptos, reglas o criterios pues no existían, solo había buena voluntad, prueba, error y corrección. Han pasado muchos años de esos primeros experimentos, y tanto los medios digitales como los conceptos que nos ayudan a entenderlos han alcanzado otro nivel.

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 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, citado por Pamela Cruz, 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".³

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 suplirlo 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.⁴

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

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".

En ese tiempo estar en Internet en Ecuador constituía todo un logro. 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

³ 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.

⁴ Christian Espinosa, Posteadó en 2008 <http://www.cobeturadigital.com/2005/09/12/3er-redisenode-el-comercio.com/>

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.

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, fotos en baja calidad y un fondo con el logotipo del medio.⁵

El menú lateral se dividía en lectura, servicios, especiales y diversión, cada uno con subtemas 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.

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, estos medios son numerosos y son iniciativas de periodistas o empresas de comunicación que se consolidan como alternativas a los medios tradicionales.

En el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, consideramos que es momento ideal para realizar

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.

Metodología para la observación

Para el 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 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 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. 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.

⁵ Christian Espinosa, posteo en septiembre 12 de 2005 www.coberturadigital.com

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 formulario de registro 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.

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, Internacional, 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, únicamente, se procedió a realizar búsquedas en Internet de los medios que aparecían con los criterios y palabras seleccionadas, luego se realizó 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

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.

los que no pudieron ser observados dentro de la investigación.

La recopilación de información se realizó entre el 16 de enero y el 27 de junio de 2012. El informe se terminó de escribir el jueves 27 de diciembre de 2012. El documento en PDF se publicó el 7 de Marzo de 2013

Las conclusiones a las que llegamos fueron:

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. Los principales ejes noticiosos en estos medios son: nacionales, política, internacional, deportes, entretenimiento, opinión, economía y negocios.
6. Un 70% de los medios digitales del Ecuador actualiza diariamente sus contenidos informativos.
7. 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.
8. La inmediatez en las radios y la televisión en línea se da en las transmisiones que realizan.
9. 43 medios de los 254 no integran redes sociales.
10. Las redes sociales más usadas en los medios digitales ecuatorianos, por orden de importancia, son: Facebook, Twitter, RSS, Youtube, Ustream, JustinTV, Google+
11. 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.
12. 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.
13. 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.