



Mayo 2019 - ISSN: 1696-8352

INCIDENCIA DE LOS RECURSOS HIPERTEXTUALES MULTIPLATAFORMA EN MEDIOS CONVENCIONALES QUE SE UNIERON A LA CONVERGENCIA DIGITAL¹

Alfredo Nicolás Robles de la Torre²

Lcda. Julissa Villanueva, Mg.³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alfredo Nicolás Robles de la Torre y Julissa Villanueva (2019): "Incidencia de los recursos hipertextuales multiplataforma en medios convencionales que se unieron a la convergencia digital", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/recursos-hipertextuales.html>

Resumen

La comunicación en los medios periodísticos sufrió una gran transformación con la llegada de la era digital, por tal motivo estos optaron por nuevos caminos para llegar a sus audiencias; este cambio, de lo tradicional a lo digital, constituye todo un hito para el Ecuador y el mundo, porque la forma en que se consume la información se ha diversificado y la implementación de los hipertextos -estructura no secuencial que permite enlazar información de diversas fuentes- permitió llegar a más personas al instante: ya no es necesario esperar un día o varios para conocer los sucesos que se presentan, tan solo se requiere de dispositivos electrónicos y acceso a internet para conocer los últimos acontecimientos, prácticamente en tiempo real. Así, los medios de comunicación se sumaron a esta era digital y reestructuraron las bases financieras de sus organizaciones, para crear productos acordes a las nuevas tendencias que - además- generen ingresos. Al emplear un periodismo digital se obtienen ciertas ventajas como: llegar a mayores audiencias, comunicar en el momento, vincular la información con contenido audiovisual, enlazar fuentes de información, interactividad en la comunicación, retroalimentación, entre otras. Para el presente artículo se realizó un estudio en dos medios de comunicación de trayectoria y mayor difusión en la ciudad de Guayaquil: El Universo y Expreso, se entrevistó a periodistas y otros profesionales del área digital, con el fin de obtener información precisa del impacto y evolución que han tenido los medios de comunicación impresa con la llegada de la era digital.

Palabras Claves. - Periodismo – Digital – Comunicación – Medios – Hipertexto - Redacción.

Abstract

The communication in the journalistic media underwent a great transformation with the arrival of the digital age, for that reason, by new ways to reach their audiences; This change, from traditional to digital, translates into a milestone for Ecuador and the world, because the way in

¹ Este trabajo se escribió en el marco del trabajo terminal de grado de la carrera de periodismo.

² Estudiante de Periodismo, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, nicolas290993@outlook.com.

³ Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, jvillanuevab@ulvr.edu.ec.

which information is consumed has diversified and the application of hypertexts - a non-sequential structure that allows linking information from different sources - reach more people instantly: it is no longer necessary to wait a day or several to know the events that occur, only requires electronic devices and Internet access to know the latest. Thus, the media joined this digital era and restructured the financial bases of their organizations, to create products in line with the new trends that generate income as well. By using a digital journalism is obtained as a source of information, a source of information, interactivity in communication, feedback, among others. For the present article, a study was carried out in two media outlets and a wider dissemination in the city of Guayaquil, interviewed journalists, professionals in the digital area, and in order to obtain accurate information on the impact and evolution of the media. of printed communication with the arrival of the digital era.

Keywords: Journalism, Digital, Communication, Media, Hypertext, Drafting.

1. INTRODUCCIÓN

La historia de la comunicación da cuenta de cuatro descubrimientos clave que contribuyeron a la difusión de información de interés para la sociedad y son: la imprenta, imagen, radio y televisión.

La imprenta y la oportunidad de hacer asequibles los conocimientos a mayor número de personas permitieron que el papel, cuyo uso era conocido de antes, fuese mejor aprovechado y sirviese para la preparación de libros o para la elaboración de los periódicos en sus nuevas expresiones. El papel no fue propiamente una invención occidental, sino asiática. (Caloca, 2010, p.36)

Así, las noticias pasaron del papel, en formatos donde las palabras predominaban, a otros donde las fotografías hablaban por sí mismas; luego, la noticia se hizo voz, para posteriormente convertirse en recursos audiovisuales transmitidos en tiempo real.

El presente trabajo tiene por objeto determinar el impacto que han tenido las TIC y plataformas digitales en la redacción hipertextual de los medios impresos. Para dicho análisis se ha considerado a dos medios guayaquileños: El Universo y Expreso.

El desarrollo de esta investigación busca contestar ¿Cómo la era digital incidió en ambos diarios, en su estructura de redacción periodística? Para ello se requirió la investigación exploratoria contrarrestada con la información concluyente, a través de las entrevistas a profundidad y Focus Group. Esto desemboca en un análisis detallado, que permita conocer cómo se ha dado este proceso desde su implementación. La metodología por emplear en este estudio será la observación; inducción y deducción; y análisis y síntesis.

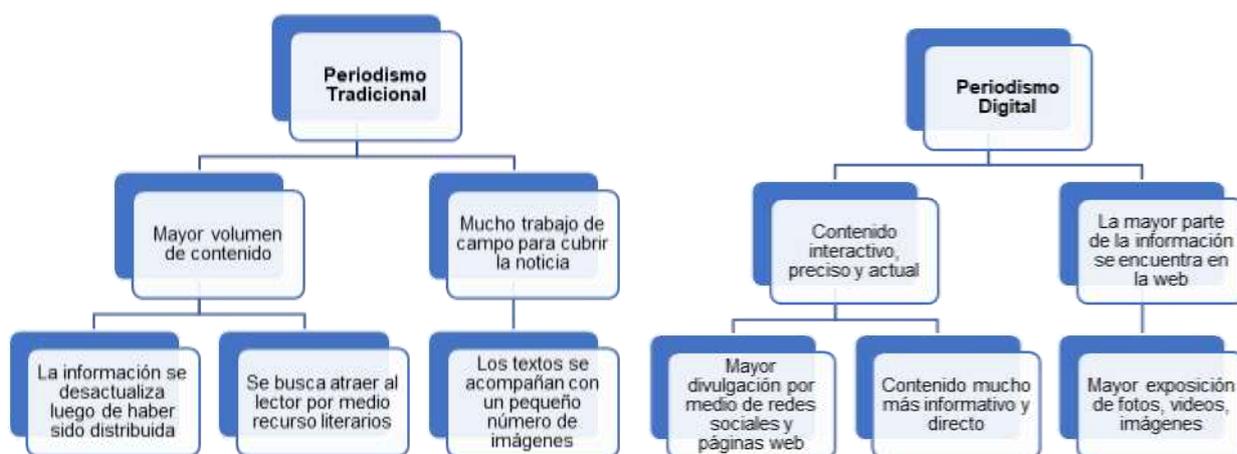
Como contexto, es necesario considerar que la evolución tecnológica, los procesos en el manejo de la información y su difusión crearon una era que dio cabida a una nueva cultura periodística que, para efectos del presente artículo científico, se centrará en el surgimiento de los cibermedios. Estos fueron resultado de las nuevas exigencias basadas en la inmediatez, veracidad, brevedad, entre otras, a partir de la aparición de Internet.

Para entrar al análisis de los cibermedios, es necesario entender la razón de ser del periodismo. Por ejemplo, que “tiene como objetivo, además de investigar y analizar la información, el hacer llegar los acontecimientos que se presenten de una forma parcial, contribuyendo a la educación y la cultura de las personas” (Vega, 2015).

Además, al ser una herramienta informativa que presta un servicio, el periodismo debe mantenerse en la línea de las nuevas exigencias que el mercado depare. Por su parte, el público se vuelve más exigente debido a que tiene más acceso a la información.

La concepción de los cibermedios, donde se practica el periodismo digital, identifica un proceso diferente a los medios de comunicación tradicionales, pero que no se diferencian como opuestos, sino que se establecen con diversas vinculaciones entre los unos a los otros, conforme se observa en la imagen 1.

Figura 1: Diferencias entre Periodismo Tradicional y Digital



Fuente: Colombia Digital (2011)

Uno de los grandes riesgos que se presentan para los medios de comunicación es que los de esquemas tradicionales lleguen a ser obsoletos con el tiempo, esto quiere decir que la fuente principal que significaba para ellos pueda verse afectada, así como la aparición de medios nativos digitales (medios que nacieron en la era actual digital). Hay tres modalidades de cibermedios que se emplean en la industria del Periodismo, conforme se explica en la tabla 1, según Cebrián (2009, p.16)

Tabla 1 - Modalidades de los cibermedios

Cibermedios matriciales	Cibermedios nativos	Cibermedios sociales
Son los presentes en Internet cuyo origen se inicia previamente 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.	Son 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.	Es un paso adelante en las comunicaciones en Red; representan la comunicación directa entre miembros de la sociedad civil, grupos de personas afines que establecen un diálogo o intercambio entre ellos independientemente de las empresas que controlan los medios tradicionales y los cibermedios.

Fuente: Cebrián (2009)

Ecuador ha seguido esa corriente mundial de innovación periodística. Para evidenciar aquello y determinar cómo ha incidido la era digital en la estructura de la redacción, la presente investigación se centra en dos medios de la ciudad de Guayaquil: Diario El Universo y Diario Expreso. Fue necesario recabar información de trabajos relacionados con el periodismo

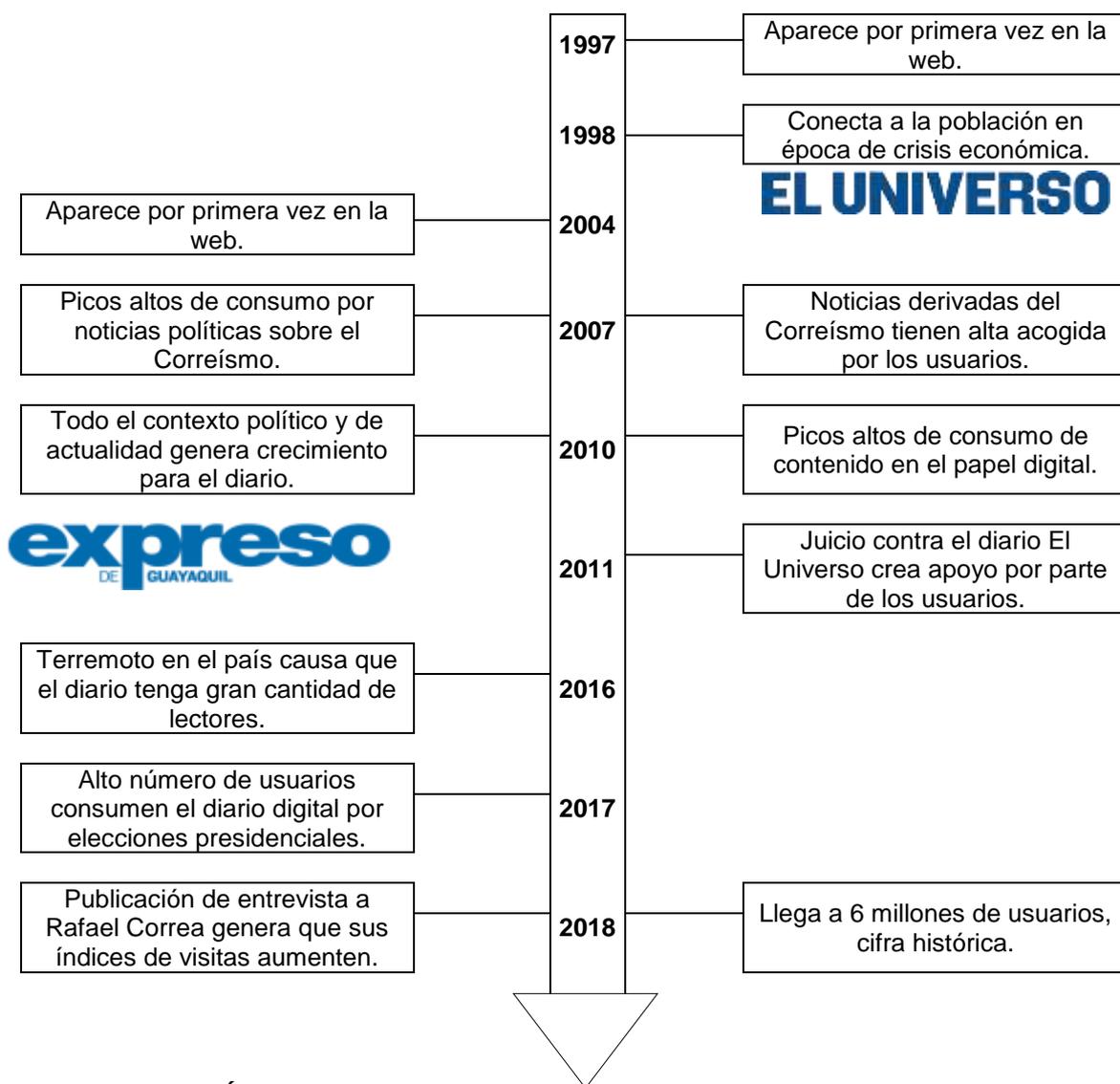
tradicional, periodismo digital, tecnologías de la información y comunicación del Ecuador, relación de los usuarios con las tecnologías de la información, medios nativos digitales, analfabetismo digital y las características e impacto del periodismo digital.

Citando a González (2016) en un su artículo científico bajo el título de “Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital”, Universidad Técnica Particular de Loja, se destaca que:

“...los medios digitales que quieran conectar con los nativos digitales tienen que aprender a conversar con ellos, tienen que incluir los temas que realmente les preocupan en sus agendas informativas y tienen que abrirse al contenido generado por sus propios usuarios” (p.748).

Aquello fue lo que se promovió entre los medios tradicionales, que dieron un salto a la convergencia digital de sus salas de redacción. Una línea de tiempo da cuenta de la evolución de El Universo y Expreso, al respecto, conforme se observa en el siguiente esquema:

Figura 2: Línea del tiempo de los diarios El Universo y Expreso



2. METODOLOGÍA

Para el estudio se ha tomado la investigación de tipo concluyente descriptiva, explicativa y de campo. Según McDaniel y Gates (2016), la investigación descriptiva es un tipo

de estudio que busca responder preguntas relacionadas con la temática de estudio y determinar las características que este presenta. Siguiendo con la idea, Arias (2012) manifiesta que este tipo de investigación busca la caracterización de un fenómeno en particular, cuyo objetivo es determinar cuál es su estructura y comportamiento. Con base en estos conceptos se puede inferir que este tipo de investigación permite reconocer y presentar como se da un hecho, y es fundamental para este estudio.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que la investigación explicativa va más allá de describir un fenómeno, sino que más bien busca establecer las causas y los motivos, porque se presenta este. Por lo tanto, en el estudio será de gran valor explicar las consecuencias y causas que se presentan en relación a la redacción hipertextual.

Baena (2014), indica que la investigación de campo es aquella que tiene como finalidad administrar ordenadamente la información que se recoja en el terreno de estudio sobre un tema específico, es decir que el investigador deberá dirigirse al lugar donde se presenta el fenómeno y obtener la mayor cantidad de información posible sobre el tema. En el estudio será necesario recopilar información relevante referente al tema.

También fue necesario obtener información por medio de la investigación exploratoria. Para McDaniel y Gates (2016), la investigación exploratoria es una investigación preliminar, que se la realiza con el objeto de mejorar la comprensión sobre un tema, así como identificar las variables que se deben de estudiar. Al utilizar este tipo de investigación se ha logrado obtener un panorama mucho más amplio y claro del objeto de estudio.

Las técnicas utilizadas son: la entrevista a profundidad dirigida a editores de la sala de redacción digital de diarios El Universo y Expreso, según se observa en la Tabla # 2. Además de un Focus Group dirigido a profesionales periodistas.

Tabla 2 - Entrevista a editores diario El Universo y Expreso

N°	PREGUNTAS	EL UNIVERSO, LCDO. FERNANDO ASTUDILLO, SUB-JEFE DE REDACCIÓN	EXPRESO, LCDA. THALÍE PONCE, EDITORA DE LA UNIDAD DIGITAL
1	¿Cuál es la plataforma digital más popular del diario?	El sitio web.	El sitio web, seguido del Twitter.
2	¿Cuáles son las secciones del diario más leídas en la plataforma digital?	Noticias duras, en gran cantidad las secciones política, económica y deportiva.	Política, económica y Expresiones.
3	¿Cuál es el mayor resultado que le ha dado la redacción hipertextual a los medios?	Cambio cultural para el Ecuador y los medios de comunicación en general; utilización de distintos tipos de narrativa que incluyen la hipertextual para la creación de contenido; y cambios paulatinos y constantes en la comunicación.	Aprovechamiento de los recursos humanos para la creación de contenido digital; creación de nuevos puestos de trabajo, como community manager y videógrafo; y cambiar la estrategia para emplear nuevas narrativas y creación de contenido multimedia.
4	¿A qué beneficios accedió el diario cuando arrancó con las plataformas digitales?	Los ingresos principales del diario se dan por medio de los suscriptores; ingresar a nuevos mercados y dirigirse a nuevas audiencias; y nuevos ingresos en el campo digital.	Llegar a nuevas audiencias y conquistarlas; llegar a personas que no consumían el producto; periodistas se convirtieron más integrales, están más capacitados; y creación de un nuevo canal digital.
5	¿Qué impactos han generado los recursos digitales en el diario?	Reducción del tiraje del periódico; objetivo principal del diario de llegar a tener suscriptores universales; y mantenimiento de la circulación.	Cambios en la dinámica del trabajo; actualización constante de la información; personal que se adapta y que no se adapta a las nuevas tendencias digitales; y aumento en el nivel de ventas.
6	¿Qué aspectos se deben mejorar en las plataformas digitales?	Entender los contenidos que están siempre en desarrollo; las audiencias valoran la creación de contenido fresco; y flexibilidad al cambio.	Vencer el miedo de que el medio digital causará la desaparición del medio tradicional; acostumbrar a los periodistas a que sean integrales; mejorar la forma como se presenta la información; y los medios deben especializarse.
7	¿Cuáles son los retos que enfrentan los periodistas con relación a las nuevas tecnologías?	El periodismo no ha cambiado, las bases siguen siendo las mismas; preparación continua, conocer los distintos tipos de narrativa; e identificar el contenido que es adecuado para cada audiencia.	Mantenerse actualizados; conocer las herramientas para la creación de contenido digital; pensar en digital; apuntar a tener enfoques innovadores y aportar al contenido digital; estar predispuestos a aprender cosas nuevas.

El desafío de los medios, según dos editores

La aparición de las nuevas tecnologías y el acceso a ellas trajo consigo cambios significativos para la comunicación periodística, los medios tuvieron que converger sus acciones y adaptarse, aunque esto no fue una tarea sencilla. En un principio, los medios replicaban extractos de la información del medio tradicional a la versión digital, pero con el paso del tiempo fueron adoptando nuevas medidas que permitieron obtener una mejor acogida parte de los usuarios. Para los medios, esta nueva era digital representa un gran reto, que requiere de constancia y aprendizaje, aprovechando la oportunidad de un mercado más amplio y sin restricciones, conforme se resume en las entrevistas a Fernando Astudillo, jefe de Información de diario El Universo y Thalíe Ponce, editora de la Unidad Digital de diario Expreso.

Los medios de comunicación tienen la ardua tarea de determinar cuál es el camino a seguir en este nuevo tipo de negocio digital, teniendo en cuenta que para ellos su principal fuente de ingresos son las publicidades y los suscriptores. Las plataformas digitales -aunque permiten que lleguen a nuevas audiencias- también generan la incertidumbre de cómo generar ingresos por medio de estas nuevas herramientas y aprovechar los beneficios que poseen al máximo; es por esta razón que varios periodistas y medios temen el cambio total de lo analógico a lo digital, pero sin duda alguna la tendencia de consumo digital seguirá en aumento, es por ello indispensable que los medios de comunicación se actualicen y estén predispuestos al cambio, así como también emular acciones internacionales como por ejemplo New York Times, que hace un correcto uso de las plataformas, así como de la redacción hipertextual.

Debido a la gran demanda de contenido han nacido nuevos medios que compiten con los medios actuales y que generan una preocupación para el mercado periodístico, no obstante, esto implica para las organizaciones que deban mejorar y adaptarse por medio de una preparación, así mismo una evolución constante hacia las nuevas tecnologías y plataformas tecnológicas. La redacción hipertextual ha entrado en juego para la creación de contenido dentro de estas plataformas y permite que las formas de comunicación sean amplias y de mayor accesibilidad; aunque los usuarios ya no están dispuestos a pagar por lo que leen, los medios tienen el deber de pensar en nuevas oportunidades de negocio dentro de estas plataformas para ser rentables.

El aporte desde la Academia es vital

Expertos digitales de la universidad ESPOL y UCSG consideran que en Ecuador existe una evolución notable en relación a la comunicación periodística, pero existen algunos medios y periodistas que están reacios al cambio, porque piensan que el medio digital puede terminar absorbiendo al tradicional. Lourdes Ulloa, investigadora de la ESPOL, y Vicky Chóez, de la UCSG, coinciden en que la redacción periodística mantiene sus principios pese a la llegada de las nuevas tecnologías y plataformas; pero independiente del medio en el que se desarrolle, siempre van a ser importantes las bases que se tengan para realizar periodismo de calidad: solo son las herramientas las que se modifican, para facilitar este proceso.

Además, indican que para realizar periodismo digital se necesita de la redacción hipertextual, esta es importante, por que permite conectar la información por medio de enlaces, para permitir que el usuario acceda a ella de forma más sencilla, de la misma manera es más dinámica e interactiva. Por medio de la redacción hipertextual se hacen uso de múltiples opciones multimediales, que no solo permiten la creación de contenido, sino que también ayudan a darle forma y orden a la información que se busca transmitir.

Citan entre los principales conocimientos para hacer un uso correcto de la redacción hipertextual los siguientes: dominio sobre la gramática; manejo de big data, web profunda, redes sociales; desarrollo y elaboración de contenido periodístico; espíritu informativo; habilidades investigativas; y pensamiento digital. Estos conocimientos van a permitir que los medios y periodistas puedan desenvolverse bien en el área, así como proponer ideas para el desarrollo de contenido adecuado para los usuarios. La profundidad de este análisis se refleja en la tabla 3.

Tabla 3 – Entrevista a Expertos Digitales

PREGUNTAS	ESPOL, LCDA. LOURDES ULLOA, DOCENTE INVESTIGADORA	UCSG, ING. VICKY CHOEZ, JEFE DE DEPARTAMENTO WEB
1. ¿Cuál ha sido la evolución de la redacción periodística luego de la llegada de las nuevas plataformas y herramientas digitales?	La evolución notable en la comunicación: dar oportunidad a periodistas digitales frente a periodistas y medios reacios al cambio, que deben actualizar conocimientos; la redacción periodística aún tiene mucho por desarrollarse.	La redacción periodística mantiene sus principios; las plataformas digitales no definen el lenguaje de la comunicación y la redacción debe de adaptarse dependiendo del medio que se utilice.
2. ¿Qué se requiere para la creación de contenido digital?	Periodistas multiplataformas; trabajo en conjunto para el desarrollo de la noticia; sensibilidad informativa.	Análisis de la audiencia; sistema de gestión de contenidos; y editores de contenido digital.
3. Mencione la importancia que tiene para usted la redacción hipertextual en el campo periodístico.	Ayuda a que el usuario pueda entender mejor el mensaje; la información que se transmite es más accesible e interactiva; conectar la información por medio de enlaces.	Los enlaces entre contenidos establecen la narrativa; permite que se procese y se difunda la información de mejor manera; información dinámica y fácil para el usuario; y aprovechamiento opciones multimedia.
4. ¿Cuáles son los beneficios que tiene la redacción hipertextual para los estudiantes de periodismo?	Familiarizarse con el uso de multiplataformas para la creación de contenido; saber cómo realizar un periodismo de datos; anticipar las nuevas exigencias que demandan los trabajos periodísticos.	Establecer buenos enlaces de contenido; desarrollo de narrativas eficientes; y capacidad de conectar las ideas por medio de plataformas y herramientas digitales.
5. ¿Cuáles son los principales conocimientos que deben poseer los estudiantes de periodismo, para llevar a cabo un correcto uso de la redacción hipertextual?	Conocimientos profundos de la gramática; proponer interfaces digitales; trabajo multidisciplinario; manejo de big data; manejo de Deep web; manejo de redes sociales; edición y elaboración de contenidos.	Buen manejo del lenguaje; capacidad de síntesis; espíritu informativo; habilidades investigativas; y elaboración de contenidos periodísticos.
6. ¿Cuáles son los retos que enfrentan los estudiantes de periodismo respecto a los nuevos tipos de narrativas digitales?	Comprender la credibilidad; diferenciar entre un producto periodístico y un producto publicitario; manejo de las nuevas tecnologías; y desarrollo tecnológico constante.	Pocos recursos para realizar las prácticas; manejo de las plataformas y recurso tecnológicos; y oportunidades en el campo periodístico.
7. ¿Cómo se puede mejorar la educación que reciben los estudiantes de periodismo con relación a la redacción hipertextual?	Introducir la redacción hipertextual en todos los ámbitos de la preparación de los estudiantes; preparar a los estudiantes para que piensen en digital; y desarrollar programas donde se exija a los estudiantes tareas de redacción hipertextual.	Uso de herramientas y plataformas tecnológicas; programas donde se implementen la redacción hipertextual y se fomente a la competencia de habilidades periodísticas; y prácticas orientadas al campo periodístico digital.
8. Considera usted que las instituciones educativas han tomado iniciativas enfocadas en los nuevos tipos de narrativa digital, para preparar a los estudiantes de periodismo. ¿Por qué?	Sí, debido a que realizan una retroalimentación con los estudiantes por medio de chats en línea o por redes sociales, así como interacción a través de videos.	Definitivamente sí, ya que los medios de comunicación y los usuarios se han vuelto más exigentes en el tipo de contenido que consumen.

Análisis de los expertos digitales

La redacción hipertextual tiene gran importancia debido a que permite que los periodistas puedan conectar la información a través de enlaces, de esta forma la información que llega al usuario es más fácil de leer, así como más dinámica e interactiva. Por medio de la redacción hipertextual se hacen uso de múltiples opciones multimedia, que no solo permiten la creación de contenido, sino que también ayudan a darle forma y orden a la información que se busca transmitir.

Los principales conocimientos para hacer un uso correcto de la redacción hipertextual son: un conocimiento profundo sobre la gramática, no solo la tradicional, sino también la digital; manejo de big data, web profunda, redes sociales; desarrollo y elaboración de contenido periodístico; espíritu informativo; habilidades investigativas; y pensamiento digital. Por esta razón los futuros periodistas deben de mantener una preparación equiparada a lo que demandan y exigen tanto los medios como los usuarios.

Según los entrevistados, la educación que reciben los futuros periodistas del país debe de mejorar en las siguientes áreas: se debe implementar la redacción hipertextual en cada una de las etapas que cursa el estudiante, adaptarlos para que puedan pensar en digital, competencias de habilidades periodísticas entre instituciones académicas, prácticas enfocadas en la redacción hipertextual en medios de comunicación, entre otros.

Focus Group a periodistas.

Para llevar a cabo el Focus Group se contactó a personas que trabajan en medios de comunicación y que realicen labores relacionadas a la redacción hipertextual en plataformas digitales. En total, se consideraron a seis personas y son:

- Marcel Bros, trabaja como relacionista público de las divisiones menores de Barcelona Sporting Club en el departamento de prensa, su trabajo consiste en manejar las plataformas digitales del club, para lo cual hace uso de la redacción hipertextual en los contenidos que realiza;
- Lcdo. Juan de la Cruz, trabaja para la radio online de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil como coordinador general, posee vasto conocimiento en redacción hipertextual y está encargado de todo el contenido que se presenta y se genera en el medio;
- Lcdo. José Arizaga, trabaja de forma independiente como asesor político, su labor consiste en manejar las cuentas de políticos dentro de la ciudad de Guayaquil por medio de la creación de contenido y redacción hipertextual;
- Lcdo. John Ma, realiza la labor de organizar eventos para el certamen de belleza Miss Ecuador, para el que requiere conocimiento de creación de contenidos multimedia y redacción hipertextual; David Cevallos, trabaja como conductor periodístico en la radio Wilar RTV, además de ser conductor debe de realizar contenidos y manejo de plataformas digitales del medio de comunicación;
- Lcda. Angelica Avilés, relacionista pública y locutora de la radio Z1, donde tiene la función de manejar las redes sociales de la radio y comunicar todas las actividades que se realizan, a través de la redacción hipertextual y utilización de herramientas multimedia.

Tabla 4- Focus Group a periodistas

N°	PREGUNTAS	LCDO. MARCEL BROS	LCDO. JUAN DE LA CRUZ	LCDO. JOSÉ ARIZAGA	LCDO. JHON MA	LCDO. DAVID CEVALLOS
1	¿Cuál es su experiencia en la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Manejo de plataformas digitales del BSC, publicaciones diarias de información oficial y contenido relevante sobre la institución.	Control y supervisión de las actividades que se realizan en la creación de contenido de la Radio, soporte y colaboración en acciones relacionadas a	Manejo y asesoramientos de cuentas de redes sociales de políticos en Guayaquil, conocimiento en redacción hipertextual para campañas políticas.	Organización de eventos de Miss Ecuador, manejo de cuentas en las plataformas digitales y apoyo en la creación de contenido hipertextual.	Encargado de segmento deportivo en Radio Wilar RTV, desarrollo de contenido hipertextual del segmento para las diferentes plataformas que maneja la Radio.
2	¿Qué conocimientos debe poseer un periodista para la creación de contenido por medio de la redacción hipertextual?	Cuidar la ortografía; conciencia social; y redactar para todos los usuarios.	Manejo de la información; redacción concreta y precisa; regirse a los parámetros que exigen las	Buena redacción; uso de elementos multimedia; y no difundir contenido periodístico irrelevante o falso.	Valores y principios; redacción objetiva; y conocer a profundidad de la información que va a transmitir.	Objetividad al comunicar; y generar credibilidad por medio del contenido que se comunica.
3	Mencione los elementos y herramientas que conoce para la creación de contenido digital.	Videos; fotos; audios; encuestas; y streaming.	Videos; bitly; soundCloud; y hootsuite.	Videos; fotos; imágenes; fotografías; audios; y hootsuite.	Wickr; creatavist; hootsuite; y streaming.	Bitly; soo meta; y moovly.
4	¿Qué le hace falta a la redacción periodística que realizan los medios de comunicación del país?	Evitar el copiado de información, investigar a profundidad sobre las noticias,	Verificar la información, no difundir información desactualizada.	Exigir a los periodistas mayor control sobre la información.	Creación de contenido responsable; y desarrollo de contenido propio.	Evitar el abuso de las cortesías; y titulares vendedores con poco contenido periodístico.
5	Asigne una calificación del 1 al 10 con relación a que tan de acuerdo esta con el contenido periodístico digital por parte de los medios de comunicación en la actualidad.	3, porque existen periodistas que publican contenido al instante que no es verificado o que contiene errores.	5, porque existen medios que asignan a personas no preparadas a manejar el área digital.	5, falta mejorar el contenido que se publica, se debe hacer énfasis en la verificación de la información.	5, porque el periodismo digital requiere de preparación, los medios deben darles la importancia a las plataformas digitales y cuidar el contenido que publican.	4, falta de seriedad en la publicación de contenidos que hace perder la credibilidad del medio de comunicación.
6	¿Qué medios de comunicación considera que hacen el mejor uso de la redacción hipertextual para la creación de contenido periodístico?	El Universo y Teleamazonas.	El Universo, Ecuavisa, Radio CRE y Radio Morena.	Vito TVO, Radio City de Ecuavisa y Radio Dibli.	Ecuavisa y El Universo.	Ecuavisa y El Universo.

Otras herramientas digitales

El periodismo digital ha cobrado fuerza con el pasar de los años; sin embargo, este no lleva mucho tiempo ejecutándose de forma profesional, el periodismo tiene aún aspectos que deben mejorarse dentro de las plataformas digitales. Los medios para adaptarse a las nuevas tendencias digitales tuvieron que aprender poco a poco de su manejo y uso, puesto que cada uno presenta características diferentes.

A través del focus group, profesionales en ejercicio identificaron otras herramientas básicas para responder a la inmediatez periodística como aquellas que permiten la edición de fotos, vídeos y audios; realizar encuestas en línea, recortar links, integrar redes sociales para una mejor administración y realizar transmisiones en vivo desde las redes sociales.

Esos son recursos que permiten comunicar de forma más rápida y accesible para el usuario, así como enlazar el contenido por medio del hipertexto y que la información esté compactada; a diferencia de los medios tradicionales, que transmiten imágenes, audios o videos por separado.

Los medios de comunicación necesitan ser más exigentes en la labores que realizan por medio de las plataformas digitales, de esta forma podrán ofrecer contenido de calidad aprovechando la rapidez, inmediatez y multimedialidad que dan estas, por lo tanto los medios deben entender que en la actualidad el contenido que generan puede llegar a una cantidad de usuarios no solo dentro del país sino a nivel mundial.

4. CONCLUSIONES

- En definitiva, la evolución de la era digital ha incidido en los medios de comunicación impresos y como consecuencia llegaron a nuevas y más grandes audiencias. Consiguieron además de comunicar al instante, vincular la información y compactarla por medio de la hipertextualidad; utilizar nuevos elementos multimedia (fotografías, audios, imágenes, videos, links); y albergar la información en un solo sitio, para que el usuario pueda acceder a la noticia en cualquier momento. Sin embargo, el periodismo mantiene sus bases, lo que ha se ha modificado es la forma de comunicar por medio de las nuevas plataformas digitales existentes.
- Los medios tradicionales se vieron en la necesidad de unirse a la convergencia digital, para ello tuvieron que cambiar sus estructuras organizacionales y crear equipos de trabajo compactos, con un editor especializado en la materia y periodistas multiplataformas. Ello conllevó a un desplazamiento de aquellos periodistas experimentados, que se negaron a la adaptación de nuevas tecnologías.
- Uno de los principales factores del cambio de los medios tradicionales impresos a la versión digital fue la expansión de las TIC en el país y el acceso libre a estas. Esta ola tecnológica trajo consigo nuevas empresas y propuestas periodísticas que amenazan el negocio de los medios si es que se mantiene estático. Las transmisiones vía streaming, encuestas online para generar interacción con las audiencias y el enfoque de temas de interés ciudadano con el aporte de infografías, vídeos, fotografías secuenciales y demás alimentaron la tendencia de hipertextos.
- Para realizar periodismo digital se requiere de nuevas formas de comunicar, como lo es el caso de la redacción hipertextual, esta representa una gran oportunidad, puesto que, permite por medio de las plataformas y herramientas vincular la información con contenido multimedia (imágenes, videos, audios, entre otros), esto es gran valor para los usuarios, debido a su inmediatez, rapidez, interactividad y multimedialidad en el contenido periodístico.
- A diferencia de los diarios impresos, los diarios digitales tienen muchas ventajas como por ejemplo: mayor alcance de usuarios, rapidez de la información, inmediatez para emitir las noticias, interactividad y retroalimentación de la información que se ha compartido, uso de hipertextualidad para conectar la información, uso de elementos multimedia que vuelven más atractivo el contenido, entre otros. También se utilizan videos, imágenes, audios y fotografías de la información que se quiere comunicar.
- Una problemática que se presenta para los medios que han apuntado por usar las plataformas digitales es el monetizar sus ingresos, ya que, por muchos años su fuentes principal ha sido la publicidad y los suscriptores, y en este nuevo campo digital existe un alto nivel de competencia, además de que no pueden tener el control sobre las operaciones como lo hacían en el tradicional, es por ello importante para los medios que opten por medidas y estrategias que ayuden a rentabilizar las acciones realizadas en estas plataformas.
- Para finalizar, el aporte de la Academia es vital. Son necesarios proyectos formativo que permitan a los estudiantes poner en práctica recursos comunicacionales acordes a las nuevas exigencias.

Referencias

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (6ta ed.). Venezuela: Episteme. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación* (1era ed.). México: Patria.
- Caloca Carrasco, E. (2010). *Recuento histórico del periodismo*. México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado el 12 de Septiembre de 2019
- Cebrián Herreros, M. (2009). Comunicación Interactiva en los Cibermedios. *Revista Comunicar*, XVII(33), 15-24. Recuperado el 8 de Agosto de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3055970.pdf>
- Colombia Digital*. (2011). Recuperado el 10 de Agosto de 2018, de Colombia Digital: <https://colombiadigital.net/opinion/blogs/blog-colombia-digital/item/854-periodismo-digital-y-periodismo-tradicional-opuestos-o-complementos.html>
- González, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales. *Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal*, 7, 746-766. Recuperado el 2 de Agosto de 2018, de Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). McGraw Hill. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de Mercados* (10ma ed.). Cengage Learning. Recuperado el 20 de Agosto de 2018
- Vega, C. (2015). El periodismo clásico frente al nuevo periodismo. *Revista de la Universidad de la Rioja*(5), 187-195. Recuperado el 3 de Agosto de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068743.pdf>